平成10年5月1日発行第5巻第5号通巻第28号
www.mediagalaxy.co.jp/microdesign/

OUR OPINIONS!

隔月刊

ゲーム批評

売れるゲーム、売れないゲーム



制作集団「ギブロ」、解散の真相
バカ売れした「バイオハザード 2」、その理由
キャラだけで20万本!? 「センチメンタルグラフティ」
売り逃し「ヨッシーストーリー」価格暴落の意味

第2特集 中古ソフト販売は悪か？

1998 5月号
定価 780YEN

CONTENTS

隔月刊 ゲーム批評

1998 5月号 MAY

1 特集 1

売れるゲーム、売れないゲーム

売れるゲーム、売れないゲーム 4
2 格差が広がる、売れるゲームと売れないゲーム 6
3 『七ツ風の島物語』が映し出すゲーム業界の歪んだ現実 10
4 売り逃し「ヨッシーストーリー」価格暴落の意味 12
5 ゲーム批評編集部選 残念ソフトベスト10 14
6 面白いゲームが売れない時代 クリエイターたちの思い 16
7 読者の声 売れるゲーム、売れないゲーム 18
8 バカ売れした「バイオハザード 2」、その理由 22
9 キャラだけで20万本!? 「センチメンタルグラフティ」 26
10 センチメンタルグラフティ批評 30
11 出せば確実に売れる? 「キャラゲー」手堅さのワケ 31
12 好調メーカーに聞く 32
13 テクモ 蔵方徹氏、板垣伴信氏インタビュー 32
14 リバーヒルソフト 宮崎慈彦氏、原清和氏インタビュー 34
15 <最終回> 寺田克也のDOUBLE RING OUT! 36
16 ゲーム批評が考えた「こうすれば売れるアイディア百連発!」 38
17 売れるといえばPS PSソフト流通の今を見る 39
18 流通時評出張版 問われるTVゲームソフト発注のあり方 40
19 元ギブロ代表 富山徳之氏インタビュー 42
20 第1特集総論 作品性と商品性の狭間で 46

21 特集 2

中古ソフト販売は悪か?

中古ソフト販売は悪か? 64
22 中古ソフト販売、その現状 65
23 流通の視点から見る中古ソフト販売、その問題点 68
24 とてもわかり易い中古問題を巡る法律の話 70
25 ユーザー、メーカー、販売店、中古ソフト問題、生の声 74
26 知的所有権シンポジウムレポート 78
27 第2特集総論 80

28 ゲームソフト批評

29 バイオハザード2 84
30 Bust A Move Dance & Rhythm Action 86
31 フォーミュラ・ワン97 87
32 グルーヴ地獄V 88
33 トゥームレイダー2 90
34 ドミノ君をとめないで。 91
35 R・TYPES 92
36 天誅 93
37 ナイトメア・クリーチャーズ 94
38 ビーバス&バットヘッド~ヴァーチャル・アホ症候群~ 96
39 ロストチルドレン 97
40 EGG 98
41 忠臣蔵 検証赤穂事件 99
42 ウルトラマン ファイティング エボリューション 100
43 愛しあう事しかできない 101
44 街 102
45 アゼルーパンツァードラグーンRPG―① 104
46 アゼルーパンツァードラグーンRPG―② 106
47 バーニングレンジャー 108
48 ソロ・クライシス 110
49 Myth~闇の破壊神~ 112
50 マーヴルVS.カプコン 114
51 ウィンタースポーツゲーム特集 115

52 <最終回>街で見かけた2.5「売れるゲーム、売れないゲーム」 48
53 表紙
54 表紙インタビュー 49

連載

55 ゲーセン事情番外編 鬼畜さくら、新宿都庁街に乱舞する! 50
56 新連載 ゲームのはらわた 在鳩飛雲 51
57 新連載 洋ゲーマニアックス 岡元建三 52
58 悪趣味ゲーム紀行 がっぷ獅子丸 54
59 カズマデラックス 金子一馬 56
60 計算機ノススメ スタパ斎藤 58
61 小島カントクのKOJIMA CINEMA 60
62 わびん日記 飯田和敏 62
63 シューティング迫撃砲 平和島ミチロウ 82
64 アニメがすごい!? 82
65 エロの星の名の下に TNG 南敏久 83
66 新連載 今号の駄作 118
67 破格の読者コーナー 120
68 読者ニヨル批評ノページ 124
69 当選者発表/バックナンバー 129
70 編集部から 130

Illustration / Shinichi Morioka
Art Direction / Toshiaki Ishii
Cover Design / Ken Kaneko
Logo Design / Brahman co,ltd.

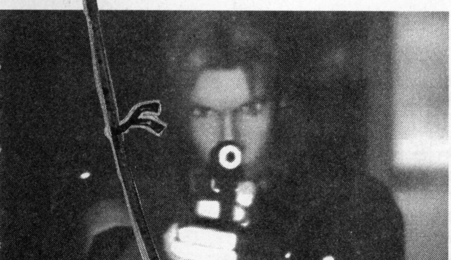
※「韮沢靖のビデオズモンスターワールド」は作者多忙によりお休みです。
9月号から再開の予定です。

ゲーム、売れないゲーム

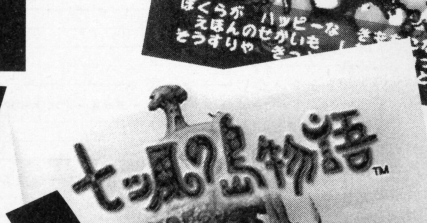



真奈美　：それだけは忘れないで下さい…
さようなら…








七つ風の島物語™
PRESS START BUTTON
©GIVRO・CROWD・BUDDY ZOO・TWO FIVE・ENIX.1997

第1特集

売れる

何でこのゲームが売れるの？
何でこのゲームが売れないの？
売れるゲームと売れないゲーム
その差って何だろう



近頃、売れるゲームと売れないゲームの格差が大きく広がっている。大作、続編などがミリオンヒットを飛ばし、ゲーム誌のチャートを賑わせている一方で、販売本数が1万本にも満たないソフトが全体の7割以上は存在すると言われている。また、ゲームソフトの発売本数は年々増加の一途を辿り、'97年は約1300本のタイトルが発売された。PSのこれまでの総発売タイトル数は1150本（'97年12月末現在）にも及んでおり、現状、明らかに供給過多であることは間違いない。淘汰はすでに始まっている。

これはゲーム市場が成熟した表れだろうという声も多い。そんな中、ゲーム性を重視した良質な作品が売上の低迷に喘いでいる。「グランディア」「街」「七ツ風の島物語」「ヨッシーストーリー」などその作り込みに見合った売上を上げられないタイトルも目立つ。

では今、売れるゲームと売れないゲームの差とは何だろうか。実際に売れたゲーム、売れなかったゲームを通して見ていきたい。

格差が広がる、売れるゲームと売れないゲーム

溢れ返る市場と社会的不況の中、売れるゲームと売れないゲームの格差はますます広がるばかりである。商品と作品の狭間で揺れ動くゲームの現状を見る。



現状

膨大な量が出回るゲームソフト

近頃、ゲーム業界では景気の悪い話をよく耳にする。制作会社ギブロの解散、セガサターンの北米地区からの撤退、コンパイルの和議申請など各方面で慌ただしい動きが目立つ。ゲーム市場に目を向けてみても、硬直した様相を呈しており、大手メーカーの大ヒット作が目につく一方で、中小メーカーは1万本売れないのも当たり前という、非常に厳しい現状に直面している。いよいよゲーム業界にも不況の波が押し寄せているのだ。

現在の市場を形成した立て役者であるPSとSSは成熟期を迎え、'97年から'98年にかけての年末年始に発売されたゲームソフトは、PS・SS・N64の3ハードのものだけでおよそ200本。ゲームの発売タイトルは年々増加し続け、'97年の1年間で約1300本にも及ぶ。これは前年の発売タイトル数のおよそ3割増で、2年前からでは軽く倍を超える数だ。今、ゲーム市場は、膨大なタイトル数を抱え、膨れ上がっている。

1万本売るのも難しい現状

そのような現状において、「グランディア」「街」など、ゲーム性を作り込みながらも、思うほどには売れないソフトが特に今回の年末年始は多かった。

また、最近では1万本を切るソフトも珍しくはない。現在、市場の7～8割の売り上げシェアを持つPSソフトの中で1万本も売れていないソフトは約7割にも及ぶと言われている。なんと、すでに受注数0本というソフトさえ現れているのだ。今のPS市場は「10万本いくか、1万本以下かのどちらかです。ほとんどのソフトが1万本も売れないですから、1万本いけばバンザイという会社もあるんですよ」と、ある制作者は語る。

具体的に1万本売れていないソフトをあげてみると、「七ツ風の島物語」（SS）や「ステラアサルトSS」（SS）。「コマンド&コンカー」（PS）は2000本しか売れていないという。実際、

1日当たり3本も新作ゲームソフトが発売されている計算になるのだから、売れないソフトが氾濫しても当然のことかもしれない。

そうした状況であるために、広告を打たない新作ソフトも増加している。某クリエイターは「例えば、2000本の売り上げで赤字を出さないようにするには、広告費には300万円くらいしか割けない。300万円で何が出来るかというと、ファミ通に広告を1本打つ程度です。後は飲み代しか残らないですね」と言う。さらに続けて「TVCMは高い。ゴールデンタイムや深夜枠など、スケジュール枠によって金額は違うのですが、深夜の枠で例えば1回30秒打つのに、80万〜400万円かかります。安いのはラジオCMで、1週間40万円ほどです」と語った。

今、PSで制作費1億円のゲームを制作するとなると、7万本販売してやっと元が取れる計算である。さらに、宣伝広告を打てば打つだけ広告費分を余分に稼ぐ必要があるのだ。実際、制作費を1億円もかけなくとも、5万〜7万本

緊急トピックス

コンパイル、和議申請へ

ソフト開発販売会社コンパイル（本社広島市、資本金9700万円、仁井谷正充社長、従業員数420人）は'98年3月18日、広島地方裁判所に和議を申請し、同日保全命令を受けた。同社によると、負債総額は約75億円。債権者は163人。

コンパイルは1982年4月に設立。'91年に発売した落ちものパズルゲーム「ぷよぷよ」が大ヒットし、急成長を遂げた。人気キャラクター「ぷよ」を形取った饅頭「ぷよまん」や各種グッズを販売する直営店「元祖ぷよまん本舗」を経営。雑誌「ディスクステーション」で出版事業にも乗り出すなど多角経営を行ってきた。'94年4月期に7億9000万円だった年間売上高は、'97年3月期には69億4400万円に急増し、'97年3月期決算での経常利益も1億7000万円で55％増と目覚ましい発展を遂げている。

しかし「ぷよぷよ」に続くヒット作に恵まれず、昨年末から売り上げが激減した。'98年3月期の売上高は、当初100億円を見込んでいたが、55億円へと半減する。また昨春、100人以上もの従業員を採用したことによる人件費の急増（約20億円）や、大規模な宣伝広告費（22億円）の投入も重なって資金繰りに行き詰まり、昨年販売したグループウェア「パワーアクティ」の売行不振が決定打となった。

コンパイルはここ1年、金融機関からの資金調達が難しい状態となっており、'98年3月末の手形決済2億円の目途が立たなくなったことから和議を申請した。

以上のような経営状態でもあり、今春の採用予定者120名は内定を取り消し、CESA加盟各社に再雇用してもらえるよう働きかけている。

和議申請後、会見した仁井谷社長は、希望退職者を募って1年間で従業員を150人削減、役員報酬の2分の1カット、宣伝費抑制や米国事務所の廃止など大幅な合理化によって再建を図る、との意向を示した。今後も、ソフトの開発販売は従来通り続ける予定だという。



和議申請後、「東京ゲームショウ」でのコンパイルブースの模様。

和議手続き…債権者に債権カットを請うことで、会社再建を目指す手続き。破産手続きではない。

■表1 '97年ゲームソフト売上ベスト10

（編集部調べ）

1	ポケットモンスター（任天堂／GB）	365万本
2	ファイナルファンタジーⅦ（スクウェア／PS）	334万本
3	ダービースタリオン（アスキー／PS）	157万本
4	ファイナルファンタジータクティクス（スクウェア／PS）	124万本
5	みんなのＧＯＬＦ（SCEI／PS）	118万本
6	サガ フロンティア（スクウェア／PS）	102万本
7	ゲームで発見!! たまごっち（バンダイ／GB）	78万本
8	グランツーリスモ（SCEI／PS）	78万本
9	チョコボの不思議なダンジョン（スクウェア／PS）	73万本
10	I.Q〜インテリジェントキューブ（SCEI／PS）	68万本

■表2 '97年内スクウェアソフトのタイトル別売上本数

（編集部調べ）

1	ファイナルファンタジーⅦ（RPG）	334万本
2	ファイナルファンタジータクティクス（S・RPG）	124万本
3	サガ フロンティア（RPG）	102万本
4	チョコボの不思議なダンジョン（RPG）	73万本
5	フロントミッション セカンド（S・RPG）	50万本
6	ブシドーブレード（格闘ACG）	39万本
7	ＴＯＢＡＬ２（格闘ACG）	32万本
8	ファイナルファンタジーⅣ（RPG）	26万本
9	ファイナルファンタジーⅦインターナショナル（RPG）	25万本
10	アインハンダー（STG）	8万本
11	フロントミッションオルタナティブ（SLG）	7万本

は売れないと仕方がない。要するに、メーカー側もただ赤字を出さなければいいのではなく、次のソフト開発に向けての費用も当然稼がなくてはならないのである。今や、中堅メーカーでさえも開発に2億円かけるのは稀のようだ。どこのメーカーも収益額が下方修正に次ぐ下方修正を強いられるほど厳しく、'98年にはゲーム業界から撤退するメーカーと倒産するメーカーが続出するとも言われている。

もうすでに売れなくなったギャルゲー

また、現在ではギャルゲーさえ売れなくなってしまったという声も聞く。本誌16号でも伝えたように、つい先日までギャルゲー市場が盛り上りを見せ、1年前は、出せば約3万本は受注が見込めるような状態だった。比較的コストを低く抑えて制作でき（例えば2〜3人でも制作は可能）、堅く売れるソフトとして制作側が好んで取りかかった背景もあって、当時のブームが形作られた。キャラクターの絵で売れ、ターゲット層とその数を想定しやすいことから、受注を取りやすく、販売戦略が立てやすいという事情もあったようだ。ギャルゲーのブーム自体、他のジャンルが売れないゲーム市場を背景にしたものだったのだが、現在はより状況が悪化しており、もはや売れないのは当たり前にまでなってしまった。ギャルゲーが市場に溢れるにつれ、やはり安易なゲームが市場を荒らしてしまったのである。あるプロデューサーは「結局、残っていた小さい市場を食い合うことになりました。やはり既存の層（ファミコン時代からのユーザー）を狙うだけで、子供層をまったく無視し、ユーザーを育てなかったですから。先細るしかなかったですね」と語った。

ギャルゲーも今や、1万本さえ売れないソフトが頻発している。ギャルゲーバブルも弾けたということだろうか。20万本売れた「センチメンタルグラフティ」が最後の打ち上げ花火だという声もあがっている。

売れるゲームの代名詞、スクウェアソフト

では、ギャルゲーさえ売れていない現状で、売れているゲームとは何だろうか。ここで表1を見てほしい。何といっても目を引くのは、ＳＣＥＩとスクウェアのソフトだ。特にスクウェアソフトは外すことが少なく、売れるゲームの代名詞のようになりつつある。それは表2を見れば一目瞭然だろう。特に「ブシドーブレード」と「ＴＯＢＡＬ2」はコンビニ専売、「ファイナルファンタジーⅣ」はコンビニ専売の上リメイク作品だというのにこれだけ多くの販売本数を記録している。「アインハンダー」は8万本と一見奮わない数字に見える。だが、アーケード人気作からの移植である「蒼穹紅蓮

隊」や「怒首領蜂」でさえ2万本程度の売り上げしか残せないSTG市場で、しかもオリジナル作品でありながら、これほどの売り上げを上げられるソフトは他に例を見ない。

そもそもスクウェアといえば、「ファイナルファンタジー」が基本であり、FFシリーズのヒットと共に成長してきた。FFシリーズはファミコンの当時からグラフィックと視点演出にこだわりを持ち、ドラマチックなRPGを目指して映画を指向する姿勢を崩さなかった。また、スクウェアはハリウッド映画の巨大プロジェクトに見られるような大作主義を貫いており、常に莫大な制作費を注ぎ込んでいる。

最近では、'96年3月期が40億円、'97年3月期は105億円、'97年9月中間期（半年分）は59億5000万円もの開発費を投入している。平均開発費は「FFⅦ」を除いて8億円強。販売本数のペイラインは56万本もの数になる。だが、'97年9月の中間決算では57億800万円の経常利益をあげ、上期に発売した7タイトルに関して、赤字は1本も出していないのである。

見せるスクウェアのブランドイメージ

こういったハリウッド大作映画指向と作品イメージが結実したのが「ファイナルファンタジーⅦ」である。スクウェアはPSというハードでユーザーに訴える映像表現能力を手に入れ、その一方で「ファイナルファンタジー」シリーズで積み上げてきた資産を、数多くのソフトに分け与えてきた。ヒットタイトルである「聖剣伝説」シリーズもかつてFFの外伝という位置付けがあった。S・RPG史上初のミリオンヒット作「ファイナルファンタジータクティクス」や、「チョコボの不思議なダンジョン」、「エアガイツ」など、従来のスクウェアソフトとは毛色の異なるタイトルでさえ、FFのエッセンスが活かされている。「ゼノギアス」のTVCMでの「『聖剣伝説』が出ない理由」というキャッチコピーも記憶に新しい。

実際、スクウェアで発売されるすべてのタイトルは「スクウェアブランド」を印象付けるイメージを内包している。美麗なグラフィック、映画的なムービーと視点演出、作品全体を彩るトーン、スクウェアソフトには青と白という共通の色が統一イメージとして使用されているのである。スクウェアから発売されるソフトは、どのタイトルも同じ雰囲気を持っていることから、すべてがFFの続編のようなものであり、内容が保証されている安心感がユーザー側にあるのではないだろうか。



その作品の出来は別として、それまでの集大成とも呼ぶべきこの「FFⅦ」で、スクウェアは初めて300万本という壁を突き破ったのである。

売れるゲームと売れないゲーム、その差がますます広がっている現在のゲーム市場。不況やタイトルの増加による影響ももちろんあるが、問題の本質はむしろ作品性と商品性のせめぎ合いにある。社会的にも厳しい現状、商品性ではなく作品性をどこまで守れるのか。ゲームは今、深い霧に包まれている。

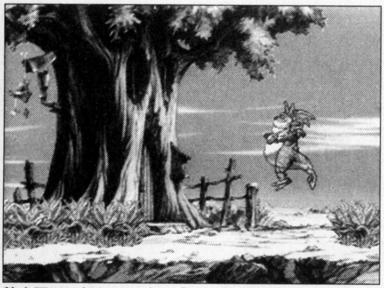
『七ツ風の島物語』が映し出すゲーム業界の歪んだ現実

質の高い作品を作り続けてきたギブロだが、その仕事は商業的には決して報われていなかった。ゲーム性の伝達を阻害するものとは何か。作品と商品の間に存在する歪みを検証する。

制作集団「ギブロ」、解散の真相

このたび『ワンダープロジェクトJ』シリーズなど、一風変わったゲームをリリースし続けてきたソフト制作会社・ギブロの解散が明らかになった。この年末に特撮映画『ゼイラム』等で著名な雨宮慶太監督の世界をゲームで再現する意欲作『七ツ風の島物語』を発売した直後の出来事だった。

ギブロ（旧名アルマニック）は、ゲーム創生期からプログラムに携わってきた富山徳之氏と米田喬氏を中心に7年前に設立された制作会社である。『マジンサーガ』（MD）、『四十六億年物語』（SFC）などを手がけた後に、『ワンダープロジェクトJ』（SFC）を制作。当時としては珍しかったロボットの育成というテーマが話題を呼んだ。続編の『ワンダープロジェクトJ2』（N64）で人工知能との交流と独特の温かい作風という路線をさらに深めたギブロだが、サターンで発売された『七ツ風の島物語』（左頁参照）が結果的に最後の作品ということになってしまった。



静止画では伝わりにくい『七ツ風の島物語』の手触り。背景までが生き生きと動いて「風」を表現している。

解散の理由について代表だった富山氏は本誌のインタビュー（42頁参照）にこたえて「組織の金属疲労」という要因が大きいと語っている。しかし、その背景にはいくらいい「作品」を作っても数字的には報われないという現実もあったのではないか。

『七ツ風』は美しい画面と心に余韻を残すストーリー展開が印象的な佳作だが販売本数は7000本（編集部調べ）と低迷しており、既に市場価格は半額を切っている。ゲームは商品性と作品性を併せ持つプロダクツであるが『七ツ風』（及びギブロ諸作品）を商品性という基準ではかるならば市場判断は相当低い。しかし、ゲーム内の生命との交流を主題とした作品として見ると、途端に本作は輝きを放つ。この作品はゲームの原点「ボタンを押して画面内に介入すること」が心地よい感触をもたらすように仕上げられ、ギブロの持ち味が余すところなく発揮されている。この格差はどこに由来するのか。

とあるゲーム制作者は「紙のメディアに対する危機感がある。ゲ

ーム性の部分であまり記事を書いてくれない。遊び方は文章にすると長くなるからユーザーも読んでくれないと思うし、インタビューでゲームの魅力を語っても前人気は上がらない。仕方がないからシステム重視のゲームであっても映像部分を前面に押し出すことになる」と語る。メーカー側としては受注本数を増やすために雑誌での露出を出来るだけ多くしたい。雑誌側としては記事にしやすい方がいい。デジタルメディアの魅力をより手に取りやすい形で伝えるのが紙媒体だが、双方の特性の違いから伝えきれない部分もある。本質とは別の個所が語られるという側面もあるわけだ。『七ツ風』はそんな媒体間のギャップの犠牲となった作品かもしれない。

ゲームの本質を伝えることが難しい時代

このゲームはあまりにも一般的な認知度が低いため広告量が少ない印象も受けるが、発売前の誌面展開はエニックスのSS参入第一弾ソフトということもあってそれなりに多かった。専門誌では半年間キャラクターイラストの連載が行われ、東京ジョイポリスでの販促イベントもあった。しかし『七ツ風』のキャラクターはゲーム誌の全般的なカラーと比べると浮いており、期待の新作ランキングでも上がってこない。前述の方法ではコアユーザーにゲームの本質が伝わり切らなかったようだ。

それでは、ライトユーザーに向かってアピールすればよいのではないか。そんな疑問に対して、あるメーカーの広報担当者はこう答える。「コア層も買わないゲームは、ライト層に広がらない。『ゲーム』というハードルはまだ高いんです。そういう意味では、売れないものはハードルを自分で作っていることが多い」。『七ツ風』は本数は少ないがＴＶＣＭを打っていた。しかし、ゲーム中の造形を動かしたムービーで構成されたＣＭは出来はいいが一般性が低く「一見の客」にわざわざ高い敷居をまたがせる程の力はなかった。結局『七ツ風』は発売日以後はほんの少しの攻略記事以外の展開はなされないまま年末のソフト発売ラッシュの波の彼方へ消えていったのである。サターン専門誌を見ると購入者からは好評なのだが…。

今、時代が求めているのはターゲットやテーマが分かりやすいゲームであると言われる。不況・ゲーム離れなど要因は様々だが、ユーザーがゲーム購入に際して冒険が出来なくなっている現状がそこにある。『七ツ風』は雨宮監督のコアなイメージと童話風の内容、最後までやってみて初めて理解出来るシナリオ、という狙いの見えにくいゲームだった。企画段階から相当戦略を練らないと売るのが難しい作品だったことは確かだ。

ここまで見ると制作者・メディア・ユーザーが三者三様に相互不信を抱いているかの様な図式が浮かぶ。ユーザーが安心して購入出来るのは大作のみで、メーカーは止め絵でゲーム性のすべてを表現しなければならない。媒体は人気の出る記事に偏る。そして良心的なメーカーの一つが消えていった。今のゲーム業界には多様性を受け入れるだけの余地がなくなりつつあるのか。『七ツ風の島物語』とギブロ解散が見せた闇は濃い。

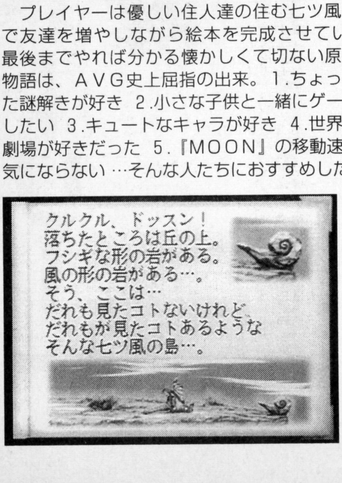
作品紹介

七ツ風の島物語（AVG）

メーカー：エニックス／機種：セガサターン／
価格：¥6,800／発売日：'97年11月27日

「七ツ風の島」はＣＤ－ＲＯＭ内のミクロコスモス。雨宮監督の個性的でキュートなキャラクターにギブロの職人芸が魂を吹き込んでいる。

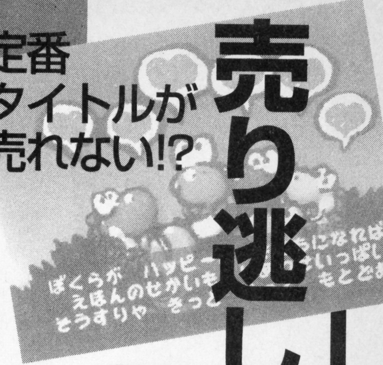
プレイヤーは優しい住人達の住む七ツ風の島で友達を増やしながら絵本を完成させていく。最後までやれば分かる懐かしくて切ない原罪の物語は、ＡＶＧ史上屈指の出来。1.ちょっとした謎解きが好き 2.小さな子供と一緒にゲームをしたい 3.キュートなキャラが好き 4.世界名作劇場が好きだった 5.『ＭＯＯＮ』の移動速度が気にならない …そんな人たちにおすすめしたい。



温かくてどこか切ない不思議な作風。エンディングは素直に感動出来る。

定番タイトルが売れない!?

売り逃し「ヨッシーストーリー」価格暴落の意味



発売が待たれていたマリオシリーズ最新作。よくできたゲーム作品だが、発売後まもなく価格が急落。いったいどうして?

「ヨッシーストーリー」は、評価の高かった「ヨッシーアイランド」（SFC）の続編で、N64においては「スーパーマリオ64」以来1年半振りとなるマリオシリーズ最新作である。平均累計販売本数は200万本を上回る超人気シリーズなだけに、この最新作にも大きな期待が寄せられ、また'97年年末商戦においてN64の一番の目玉タイトルでもあった。

……だが、蓋を開けてみれば「ヨッシーストーリー」は初回およそ5万本の実売数、地道に売れ続けているものの発売後2カ月を経た時点で25万本という、マリオシリーズ最新作とは思えない不振に終わったのだった。

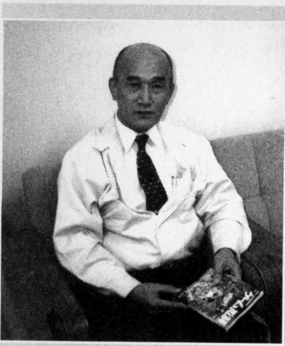
この25万本という数字は、前作「ヨッシーアイランド」の174万本という数字を大幅に下回っているだけでなく、'96年末のN64の目玉タイトル「マリオカート64」の65万本にすら遥かに及ばない販売本数である。

ただ売れなかっただけではない。この「ヨッシーストーリー」、発売直後から急激な値崩れを起こし、定価6800円のものが3月に入る頃には2000円といういわば「捨て値」で売られたのである。

マリオシリーズの最新作ともあろうソフトが、なぜこうした異常事態を起こしたのだろうか。

価格暴落の大きな原因は、5回分納という出荷形態と、クリスマス商戦に間に合った初回出荷分が全出荷本数の15%程度だったことだろう。「完全に販売機会を失いましたね。予約数にも満たない程度の初回入荷数で、クリスマス前に品物が店頭に並びませんでしたから。任天堂さんは分納なんかもよくありますし、諦めている部分も正直あるのですが、今回の『ヨッシーストーリー』は特に酷かったですね」（某郊外チェーン店）。

そして、もっとも売れるクリスマスが過ぎた後、残りの出荷分が入荷されたものの、時すでに遅し。



任天堂・今西紘史氏インタビュー

「ヨッシーストーリー」の売り逃しについて、任天堂広報室室長 今西紘史氏にお話を伺った。

編：「ヨッシーストーリー」は年末の目玉ソフトで、非常に完成度も高い作品なんですが……。

今西：安売りされてますね。売上に期待していたソフトで、制作者も出来映えについてはかなり自信を持っていたんですが。クリスマス商戦に向けて作っていたにもかかわらず、やっぱり開発が遅れて……。年末年始でも大丈夫だろうと思っていたらそうじゃなかったんですね。販売機会を逃したという部分もあるんでしょう。ですが、我々のソフトは何も一週間や三週間で勝負が決まるようなソフトではないんですよ。本当は流通もすぐに値を下げたりせずに、もっと大事にしてほしかったところなんですが、流通の体力も弱っていますから。この商品はずっと売れていく商品だから大事にしていこうというような、そういうゆとりはないんですかね。

編：社会的な不況ということで。

今西：またある意味、ゲーム離れの一つの現れなのかもしれないですね。以前なら、ソフトに「いいもの」という価値を見つければ、待っていたと思うんですよ。それが今では、本来のゲームがどういうものかが語られずに、「またヨッシーか」というような声が出たり。もちろん、当社の生産が少なかったのが1番の原因でしょうけれども。せっかく皆さんが「ヨッシー」をほしがっている時にないんですから。

編：御社からのアナウンスが少ないという声も聞くんですが。発売日直後にお店で聞くと、次の入荷は未定ですと言われたんですが、その3日後にはたくさん入荷していまして。そこで、3日後に入るという情報を小売店が把握していれば、売り逃しも少しはくい止めることができたのでは？

今西：なるほど。そうかもしれないですね。「いつ入るかわからないからお客さんにそう答える」というような話も聞きますからね。これからの発売タイトルも大きく仕切り直しをしましたので、そういった予定を含めて、細かいアナウンスも気を付けていかなければいけないですね。

今回、今西氏の話で印象的だったのは、「良質なソフト」という価値観を見出せない、ゲーム業界の現状に対して強い危機感を抱いている点だ。これからの任天堂に求められるのは、既存のゲーム文化を守りながらも、的確なマーケティングと細かいアナウンスによって、問屋、小売、ひいてはユーザーの信頼を回復していくことではないだろうか。

期待された年末年始も思ったほど売れず、大量入荷した分をとにかく減らすために大幅な値引きによる叩き売りをした店舗が続出。また、大量の在庫を抱える問屋の中には、2000円を切る値で卸すところもあったという。「3000円台の値段で販売していますが、定価の8割程度の原価（5500円前後）で入荷していますので完全に赤字です。でも、売れないんだから仕方がないですね」（某秋葉原専門店）。

『ヨッシーストーリー』の価格暴落は、開発の遅れもさることながら、ROMカセットによる製造の遅れ、分納による売り逃しと在庫過多、N64そのものの不振など、様々なマイナス要素が絡み合った悲劇といえる。

「ヨッシーストーリー」自体は実に良くできたゲーム作品である。だが、商品としては流通にとってもメーカーにとっても最悪な結果に終わってしまった。

作品と商品の狭間で揺れ動くゲーム市場の不安定な側面を「ヨッシーストーリー」は身をもって我々に提示してくれたのではないだろうか。

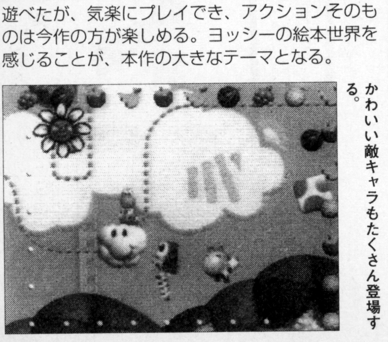
作品紹介

ヨッシーストーリー（ACG）

メーカー：任天堂／機種：N64／価格：¥6,800／発売日：'97年12月21日

ＳＦＣ末期の名作ＡＣＧ「ヨッシーアイランド」の続編。マリオシリーズ最新作となる２Ｄ・ＡＣＧの良作。これぞ任天堂ＡＣＧという操作感の心地良さが、N64の３Ｄスティックと相まって良い感じ。グラフィックはポップで美しく、動作も自然でかわいらしい。

また、フルーツ30個でステージクリアとなる自由度の高さは特徴的。やり込むには前作の方が遊べたが、気楽にプレイでき、アクションそのものは今作の方が楽しめる。ヨッシーの絵本世界を感じることが、本作の大きなテーマとなる。



かわいい敵キャラもたくさん登場する。

ゲーム批評編集部選

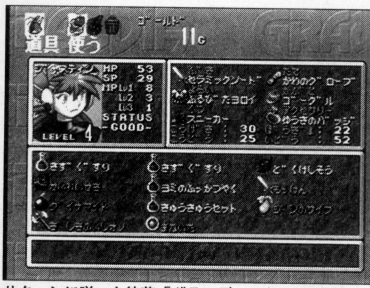
残念ソフトベスト10

面白いけど、売れない。そんな可哀想なゲームたちに、ゲーム批評が救いの手を差し伸べます。残念ソフトよ、永遠に……。

　さて、読者の皆さんは「こんな面白いゲームが、なぜこれだけしか売れてないんだ！」と激昂した経験はありませんか？　このページでは、ゲーム批評編集部が思った「なぜ売れない！」というソフトを10本ピックアップ、ランキングにしてみました。題して「残念ソフトベスト10」、さっそくお送りしましょう。

　残念ソフトのベスト1といえば、やはり**「グランディア」**をおいて他にないでしょう。38万本という数字は今のセガサターン市場を鑑みればかなり多い数字なのですが、やはりミリオンには届いて欲しかったところ。長い年月と巨費を投じ、ゲームアーツ社が執念で作り上げた「グランディア」は、高い技術力と完成度を誇る、正に「歴史に残るRPG」です。それなのに、なぜ某S社の某大作RPGの10分の1しか売れてないのでしょうか。本当に、欠点と言えば「ハードがサターンだった」という点だけなんですが（それが致命傷だったという話も）……。

　そして2位は、チュンソフトのサウンドノベルズ**「街」**。これまたサターンソフトだから売れなかったとしか言いようがない、作品としては最高の出来。チュンソフトといえば、他社の駄作によってサウンドノベルズ市場を荒らされて「かまいたちの夜」が売れず、



サターンに咲いた徒花「グランディア」。50万本も行かないとは……残念。

発売時期が「ドラクエⅥ」とぶつかって「風来のシレン」が売れず、そして「街」もまた……これはもう運命を呪うしかないようです。合掌。……いやまて、「セ○チ○ン○ル○ラ○テ○」が20万本も売れて、「街」が7万本しか売れないこの現状は、きっとバッドエンディングなシナリオなのだ。ザッピングによる選択次第では「『街』200万本セールス！」のベストエンディングを迎えるはずだから、頑張れチュンソフト！……って、そんな訳ないか。「街2」で頑張れ！

　3位、4位の**「七ツ風」「ヨッ**

シー」に関しては、別のページで詳しく扱っているので割愛。それにしても、昨年末、この二本が秋葉原の某店店頭で同じ「2980円」で並んでいたのが印象的でした。

5位の**「エイブ」**は、前号で本誌編集長が絶賛しているように、素晴らしい世界観とゲーム性を持った重厚な作品。しかし、洋ゲーの宿命か、販売枚数は……。あれほど大量のTVCMを流し、知名度はそれなりにあったけれど、売れなかった。「プロモーションすれば売れる」という定説は必ずしも正しいとは限らないようです。結局、プロデューサーである秋元康だけが儲けたソフトとなりました（?）。

6位は、任天堂のスノボゲーム**「テン・エイティ」**。レースゲームとしての完成度に加え、エアトリックの妙技を決めるというスノボ本来の面白さをゲーム化した理屈抜きに楽しいソフトなのですが、ここまで売れないのはなぜでしょう。もはや京都の伝統工芸品ともいえる緻密で繊細な任天堂ゲームの王道を行き、他のスノボゲームが遥か遠くに霞んで見えるほど崇高な作品なのですが……。売れなかった原因の一つに、広告戦略のマズさがあったと思います。「ロクヨンは、いちばん身近なゲレンデ」というダサいキャッチコピーは、作品が持つクールなイメージをぶち壊してます。もう少しなんとかならなかったのでしょうか。ソ〇ーがCM作ったらミリオン確実だったろうな……。

7位は、トレジャー制作のアクションシューティング**「シルエットミラージュ」**。マニアックな作品とはいえ、1万5千本はちょっと少なすぎるのでは。国内市場はダメだから海外市場で、と思っても海外にはすでにセガサターン市場が無いし……。だから、「シルエットミラージュ」がプレイステーションで発売されても、「よくもセガ陣営を裏切りやがって！」とか怒ったりしないように。みんなでトレジャーを応援しよう！

ゲーム批評編集部選　残念ソフトベスト10

	タイトル（機種）	推定販売本数
1	グランディア（SS）	380,000本
2	街（SS）	70,000本
3	七ツ風の島物語（SS）	7,000本
4	ヨッシーストーリー（N64）	250,000本
5	エイブ・ア・ゴーゴー（PS）	8,000本
6	テン・エイティ（N64）	25,000本
7	シルエットミラージュ（SS）	15,000本
8	オレっ！　トンバ（PS）	30,000本
9	ステラアサルトSS（SS）	4,300本
10	フォーミュラ・ワン 97（PS）	200,000本

（'97年10月から'98年3月までの半年間に発売されたソフト対象。推定販売本数は本誌調べ）

8位、9位の**「オレっ！トンバ」「ステラアサルトSS」**は、ともに古き良き時代のゲームの匂いを残した地味ながら良質な作品なのですが、やはりこうした小品は、他の諸々のソフトの渦に飲み込まれ、その存在すら知られていないのが現状でしょう。この二作品に関しては、次のページにて制作者の方にインタビューを行っておりますので、そちらをご覧下さい。

そして10位、**「フォーミュラ・ワン97」**。ゴクミとアレジ出演によるインパクト大なCMの大量投入で、そのまま発売されていればヒット間違いナシだったものが、突然の発売延期……。その後、当初の予定から3カ月後に発売されましたが、やはり発売延期のダメージは大きく、また「グランツーリスモ」大ヒットの影響もあってか、思ったほど販売本数は延びませんでした。「ちゃんと予定日に出ていればね、残念」という意味でランクインです。

以上、「残念ソフトベスト10」をお送りしましたが、いかがだったでしょうか。

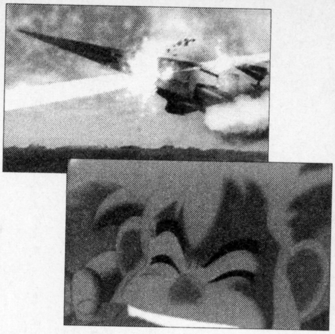
ちなみに、「なんでこんなゲームがこんなに売れやがったんだベスト10」も一応考えたのですが……発表は控えさせていただきます。

それでは、「残念ソフト」たちがもっと売れることを祈りつつ、このページを終わります。

（編集部　松井）

面白いゲームが売れない時代 クリエイターたちの思い

「売れるゲームはまずビジュアル。ゲーム内容は二の次」という現在のゲーム市場。こうした現状を、制作者たちはどういった思いで見ているのだろうか。



　前のページでも少し触れた「ステラアサルトＳＳ」「オレっ！トンバ」だが、両作品とも、昔ながらのシューティングゲーム・アクションゲームの本質的な面白さをプレイヤーに提供し、握ったパッドから面白さがビリビリと伝わるゲーム性の高い佳作である。だが、その販売本数は思ったほど多くはない。両作品ともビジュアル的に地味であり、見た目でかなり損をしているとはいえ……。

　面白いゲームが売れない。この悲劇的な状況を、制作者はどのように感じているのだろうか？　この度、幸運にも両作品の制作者の方にインタビューを試みる機会を得ることが出来た。

　まずは「ステラアサルトＳＳ」のディレクター、土田康司氏に聞いてみた。

「『ステラアサルトＳＳ』は、販売本数が４３００本ぐらいなんですよ。まさか32Ｘ版と同じぐらいの数字しか出ないとは思わなかった」と土田氏は言う。

「『ＳＳ』を制作中に良く言われたのは『プロモーションしにくい』ということでした。確かに今、シューティングが売れないことは事実なんですが、だからといって『もっと派手にしろ』とか『こんなかっこいい面があるなら、もっと前半に持ってこい』とか言うのは、ちょっと違うんじゃないかと。

やっぱりクリエイターとしてビジュアルよりもゲーム性を重視したい訳ですよ。それでも『ＳＳ』はかなりエンターテイメント性を強

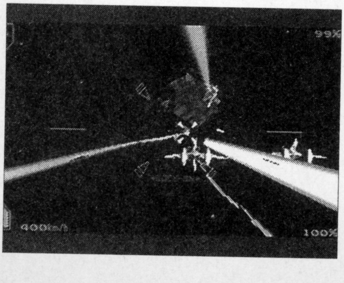
作品紹介

ステラアサルトSS (STG)

メーカー：シムス／機種：セガサターン／価格：¥5,800／発売日：'98年2月26日

　メガドライブ拡張ユニット「スーパー32Ｘ」用ソフトとして発売され、コアユーザーから多くの支持を受けた「ステラアサルト」。この作品をセガサターンにグレードアップ移植したものが「ステラアサルトＳＳ」である。

　各ミッションクリア後にプレイ中とは違う視点から見ることが出来るトレースモードは健在。宇宙空間における巨大戦艦との戦いが迫力ある他、凝ったグラフィックや設定、スタートレックを意識したキャスティングなど、随所にこだわりが見える作品。



操縦・射撃に役割分担する２Ｐ同時プレイも面白い。

くしましたけど、『エンターテイメント=売れる』という考え方は違うんじゃないかと思いますね」

一方、「オレっ！トンバ」のプロデューサー藤原得郎氏は、「面白いゲームでありながら売れないという状況は昔からあった」と前置きした上で、「逆に今は、売れているモノに面白いゲームが少なくなったことが問題」と語る。

「そうした状況が生まれた原因にプロモーションがあると思う。面白くもないゲームに多大なプロモーション費用を投入し販売していくことにより確かに売れるが、結果として市場が面白いゲームを見失い、判断できなくなってしまう。そして、なおさらプロモーションだけが強力になり、それだけに頼るようになってしまった」（藤原氏）

土田氏も同じく『プロモーション・マーケティング重視によるゲーム制作』の危険性を指摘する。

「今、あまりにもソフトの数が多すぎるんですよ。平均すると最低でも一日一本以上のペースで発売されている。そして、マーケティングが上手くて派手なソフトしか売れない状況が出来てしまった。そうした状況がエスカレートすると、ゲーム市場は一回どこかで崩壊するんじゃないかと僕は思ってます。現在のゲーム市場の底辺を支えているのはライトユーザーですよね。そうした人たちに向けたゲームばかり作っていると、ライトユーザーの興味が他のメディアに移ってゲーム離れが起きた時、ゲーム業界は一気に終わるかも知れない」（土田氏）

両氏が言うように、『ビジュアル重視・ゲーム性希薄』なゲームが増え続け、しかも売れてしまうことは確かに危険と言える。ゲーム好きのユーザー層がそうした軽薄な作品に飽きてゲーム離れを起こし、ライトユーザーがゲームそのものに飽きてしまったら……。

では、そうならないためにどうすれば良いのか。藤原氏は、「我々メーカーが『ゲームの本来持っている面白さ』を見失わないことが大事」と語る。

「ユーザーのニーズに応えることも必要ですが、そのニーズはメーカーが作っていくものであり、『面白いゲーム』のニーズを持つ市場を作り上げていくことが現状の問題解決になると思っています」（藤原氏）

「ムービーやグラフィックが綺麗というユーザーの嗜好に応えつつ、それにゲーム性をプラスするというゲーム作りが求められていると思いますね。『トゥームレイダース』のようなゲームが売れていますし、まだまだ可能性はあるはずです」（土田氏）

両氏はあくまでも本質的なゲームの面白さの重要性を強調した。両氏のような「ゲームとしての面白さ」を追求する姿勢は非常に心強い。ゲームは、遊んでいて面白いからこそゲームたりえる。砕けた言葉で言うと「遊ばせてなんぼ」なのだ。それが今は、「売ってなんぼ」の世界になっているような気がしてならない……。

最後に、藤原氏のこのコメントで締めくくりたいと思う。

「ゲーム業界の人すべてがゲーム本来の面白さで業界全体を発展させていきたいという思いを持ち続けて欲しいですね」

（聞き手・構成／編集部）

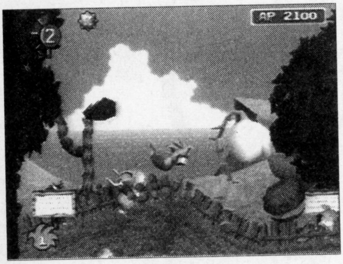
作品紹介

オレっ！トンバ（ACG）

メーカー：ウーピーキャンプ／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'97年12月25日

カプコンで「魔界村」シリーズなどを手掛けた藤原氏の手による、ＲＰＧ要素のあるジャンプアクションゲーム。

数多いイベントが用意されており、複数のイベントを同時進行させることもできる。数々の名作アクションゲームを制作した藤原氏の作品だけあって、アクションの操作感が優れており、独特のジャンプスタイルなどは新しい感覚を実現している。また、イベントをこなしてストーリーを進行させると、さらに新しいアクションが楽しめるという凝った作りなども面白い。

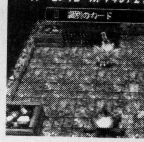


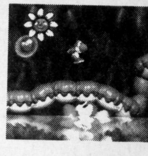
キャラはマズイが、懐かしさのあるアクション性は味わいがある。

読者の声 Vol.19アンケートから

売れるゲーム、売れないゲーム

【「いいゲームが売れない」。ゲームが商品である限り、常につきまとう問題だ。しかし、ゲームの魅力と認知度とのズレが最近あまりにも大きくはないだろうか。ゲーム批評の読者はこの状況についてどう思っているのか？　アンケートの二つの質問に対する答えにゲーム業界の理想と現実の狭間を見た。】











アンケート質問事項

①ゲームを買うときに基準にするのはどんなところですか？

②売れるゲームと売れないゲームの差はどこにあると思いますか？

①知っている人が作ったゲームと知ると気になる。あんまり知ってる訳じゃないんですけど。それと自分の好きな作家さんや有名人さんがほめてると欲しくなったり。割とゲンキンな動機で買っちゃったりする事多し。

②友達の話やら聞くとやっぱりCMからの情報が主な基準なようです。結局情報が少ないんじゃ何も始まらないんでしょう。本みたく簡単に手に取れるもんじゃないし。

（大阪府　笙田玄馬）

①テレビの中に（ていうかゲーム機の中だけど）どんな世界がつまっているのかそれを見てみたい、と感じるソフトを買う。

②名前と宣伝とハードの勢いが8、ソフトの実力が2かそれ以下。でなきゃグランディア300万本売れてる（400万本かもしれない）。

（岩手県　川辺剛史）

①雑誌でチェックして、好きなジャンル、堅いメーカーを基本に、頑張り・こだわりをもったメーカーorソフト。あとは直感…。

②売れるのはつまらなかろうが面白くなかろうが流行を作ったメーカーのソフト。売れないのは、どこか重要な所で失敗したソフト。最悪なのは流行に乗ろうとしておいていかれたソフト。

（京都府　蒼天巳死）

①とりあえずアドベンチャーはすべてチェックします。最近少ないですが、「探偵もの」はたいてい購入します。

②やはり遊び易さ、でしょう。「トゥームレイダース」は「バイオハザード」の比でなく面白く、感動しましたが、それはエンディングまで行っての話です。「トゥーム2」は売れないでしょう。

（岡山県　たまりん）

ナツカシイ、ニオイ…

①メーカー。自分の好み。トレジャーゲームなら何でも（苦笑）。②…たとえ、どんなにおもしろくても、小さな会社が出していると、そうそう売れない、と思う。知名度も大切。ないとお店も仕入れしないし。
（東京都　ひのとみらいち）

①ライトユーザーの私にとって、ゲームを買う基準は結局ファミ通等のクロスレビューの得点になる。実際今のところハズレはないし…。②ゲーム自体の質はもちろん、宣伝や広告の質と大きさにもよると思う。
（東京都　どつぼ）

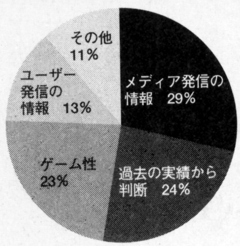
①僕の場合はパッケージや画面写真を見て、「いかに狂ってるか」で買います。「バトルモンスターズ」とか「パワーレンジャーピンボール」（←誰を対象にしているか分からないパッケージデザインが最高！）など。②広告たれ流しゃ売れるんだと思う。
（山形県　ビクトラー合金）

①ゲームの中身の質。外見がよくても中身がクソなゲームは最も忌み嫌うジャンル。だから買う時は雑誌の紹介記事の裏に隠れたライターの本音を探る。つまらんゲームの紹介は消極的で面白い。②PSが単独首位の現状では、売れるゲームは「見た目がキレイ」「有名メーカー」のどちらかもしくは両方。売れないゲームは、「見た目がヘッポコ（死語）」「聞いたことのないメーカー」「サターンのゲーム」。内容は二の次。サターンがPSに負けたのはポリゴンが汚いからだと思う。
（愛知県　童夢）

読者がゲームを選ぶ基準ベスト10

1	直感
2	雑誌の記事全般
3	メーカーの実績から
4	好きなジャンル
5	周囲の評判
6	クロスレビュー
7	価格
8	ゲーム批評
9	グラフィック
10	趣味・好みで

ゲームを買う際の判断材料



直感（匂い・勘とも言う）と雑誌の記事全般がほぼ同率でダントツトップ。多様な理由があるものの、上位５つが応募総数の半分を占めている。ゲーム批評が８位なのは、「雑誌の記事全般」にも含まれているから、だよね。そこで、読者が判断に使う材料の種類はどんなものが多いか、分類してみると、上記の円グラフのようになる。

READERS' DISCUSSION

①直感。30%ほどの確率でハズす。最近ではPSの大作が…（怒）。②一見のメジャー性。「グランディア」で100万本売るとか関係者が語っていたが、やっぱりのびてない。もし売るつもりならばハッタリでも大人っぽくすべき。やんちゃボウズ（死語）が主人公では、買う気が失せる（私は買ってクリアしたけど）。
（群馬県　風の中のマリー）

①最近、ＲＰＧに食傷気味なので、爽快感のありそうなアクションゲームを選んでいる。それの参考にするのは、ゲーム雑誌の記事や批評、体験版付きゲーム誌等。②売れるゲームと売れないゲームの差は分かんねェや。ＣＭを多量に打っても丁寧に作っていても売れなかったりで。しかし最近の売れているソフトでＲＰＧの続編以外は購入者同士の口コミで評判が広がっているような気がする。「バイオ」や「モンスターファーム」等。
（東京都　Ｋ）

①1．ソフトハウス（ゲームアーツ、トレジャー等）。2．経験による直感（「ファインドラブ」「バルクスラッシュ」等）。3．ついでに各雑誌の評価。②差はやはりライトユーザー、それも小中高校生にあるのでは？月に買えるソフトは限られるし、ましてやＰＳでは中古売りが出来ない所が多い。で、出るソフト数が異常ですから。
（福岡県　入井詠亜）

①初めから最後まで繰り返す事が面白そーなもの（ＲＰＧだとスト

ーリーより戦闘）。
②面白そーと思わせる部分。ＣＭとか「ファイナルファンタジー／ＦＦタクティクス」（↑両方あり）。
（愛媛県　あのよろし）

①なんか電波（？）が広告から伝わってくるゲーム（面白いよ～とか、買うしかないっ！　とか）。
②ＣＭの上手さと、他人にそのゲームをやってる事を話しても恥ずかしくない（又はカッコイイ）事。
（愛知県　竹内淳）

①やっぱり雑誌の評価をある程度基準にしてしまう。個人的には、文字フォントが下手、濁点で1マス使っているのは購入欲をそそられない。
②メーカーのメジャーさ、続編。同じ内容のゲームをスクウェアが出すのとケムコが出すのじゃずいぶん印象が変わるでしょう（ケムコさん、すいません）。
（埼玉県　ブラックサン）

①クリエイター（スタッフ）の名前。
②広告費用の多寡でしょう。「ゼルドナーシルト」がＣＥＳＡ大賞にノミネートされないとは…（怒）。
（東京都　アミカワ）

①独創的なシステムを採用しているモノは「周囲の反応」を見てから買う。ＲＰＧやＳＬＧの場合は、「雰囲気」や「世界観」で買う。システムは二の次。
②最も影響するのはスクウェア等のブランド名だと思う。マスコミを上手く利用した「ＦＦⅦ」「ＦＦＴ」「チョコボ」はコアユーザーが怒り、ライトユーザーは満足するミリオン・ヒット。良くも悪くも「大衆社会」の特徴が色濃く出ている。
（東京都　飯田起一）

①我が家にはスーファミとアストロシティ＆ＣＰＳ−Ⅱしかハードがないのであまり参考にならないと思いますが、今は「Ｘ−ＭＥＮ ＶＳ．ストリートファイター」が2万円くらいになったら買おうと思っています。つ

読者の声　売れるゲーム、売れないゲーム

まり金額が基準です。
②1．広告の作り。2．会社の名前。3．最大公約数的作り、かな。
（愛知県　ミスターＳＦＣ）

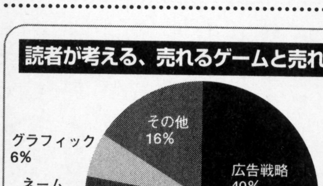
①長く遊べるかどうか、これが基準です。
②「こんなゲームを作りたいっ！」という燃える情熱とプレイヤーの立場に立った、客観的で冷静な意志。この2つを持ったゲームこそ、長く愛され、ずっと売れ続けるゲームだと思う（ポケモンがいい例）。
（東京都　右馬埜由美子）

①ゲームに点数つけるなんてダセェよ！　と思いながらも結構クロスレビューなどは参考にしてしまう。
②内容の良し悪しといえるのが理想だが、発売前のファミ通などへの出稿数・広告展開やブランドイメージで9割方決まってしまうのは問題だ。
（東京都　みきぷー）

①特に基準はないが、なんとなく自分に合いそうなものをセレクションする。
②ゲーム層は今20歳～25歳の人々が中心である。いわゆるＦＣ・ＳＦＣでゲームに入った人々で、彼らは当時のヒットメーカーのものは買う。その他にいいゲームがあってもやる暇がない。
（千葉県　永遠の大地）

①雑誌の記事、メーカー、ジャンル。

読者が考える、売れるゲームと売れないゲームの差



ゲームそのものとは異なる広告やイメージ、露出などが大勢を占める。作品性とは異なる部分が売り上げを左右しているという印象があるようだ。「その他」では、「一般性」「独自性」から「運」まで、さまざまな声が挙がった。

②ぱっと見がよく、長く遊べそうで、ゲーム性が高いものが売れると思う。ただ、クリエイターがユーザーに挑戦状をたたきつけるような作品はウケにくいようだ（「サンダーフォースV」がその好例）。

（千葉県　TOMTY）

①雑誌評（記事・レビュー含む）全般が基準になっている。最近はユーザー投票型チャートの質が良い。

②発売初期にプレイする人（雑誌レビュアーや、新品を購入するユーザー）を動かすパワーがソフトにあるかどうかだと思う。その後は「口コミ」がすべてだし。

（青森県　中村光彦）

①テストプレーの場がないので雑誌記事におどらされやすい。

②分からない…。宣伝すれば売れるってもんでもないと思うが…。

（富山県　高橋元三）

①雑誌記事、それも出来る限り小さいやつから判断してます。これについてはもう単純に「オレスイッチ」がONになるかどうか。ちなみに「GT」は発売の半年近く前のあのちっちゃな記事一つで狙いつけてました（自慢）。

②結局、時代がそのゲームを望んでいるかに収れんしていくと思います。

（京都府　社団法人式守伊之介）

①ピンときたソフト（「アーマードコア」とか「～プロジェクトファンタズマ」、「ロッククライミング」に「AZITO」「通天閣」）。外れ多し。

②ブランドイメージ（各メーカーの色って奴）。

（愛媛県　極楽温鶏）

①基準は「根気がなくて反射神経がゼロの私でも出来そうか？」。価格が価格だけに「買って失敗だった」はしたくない。故に各種批評を参考にします。

②そういう人は多いと思うけど、それだけに、面白くても露出度が少ないと売れないのかも。

（東京都　主婦道ブレード）

READERS' DISCUSSION

①何だかんだいって、最終的にはやはり「ネームバリュー」によるところが大きいと思います。ゲーム批評で好印象だったゲームも、一応チェックしてはいるんですが…。最近やってないんだよなぁ。

②「それはズバリ志の高さ、低さにあるんじゃないっすかねぇ」と書こうと思ったら、ここ1，2年のスクウェア作品の売り上げとか、ゲーム批評で好印象だったゲームが思いのほか売れてなかったりとかするのを見て、そんなの全然ウソだと思い直し、結局「ネームバリュー」に尽きるという考えに落ち着きました（一概にそうとは言い切れませんが）。

（福岡県　闇商人）

①新作は過去のゲームのマネだけでなく、新しいことにチャレンジしているか。続編は前作のシステムを焼き直しただけでなく新たなアイディアを組み込み、前作とは違う面白さを提示しているか、です。

②宣伝の上手さ、ハードの普及率。年齢層のターゲットが明確なゲーム。流行のジャンル（今年はたぶん育成や交換が出来るゲーム）。

（岩手県　本舘哲人）

①一番の基準はパッと見でどんなゲームか分かる事。誰が何と言おうとこれを実践している任天堂のシリーズ物はすごい。

②一概には言えないけれど、長く遊べるようになっているかは関係ないと思う。「マーヴェラス」「Dの食卓」はクリアしたの数回だけど、手放せない。大ざっぱに言えば、宣伝費も含めてそのゲームがどんな魅力を含んでいるか、という事に尽きるのでは。

（京都府　byオレ）

①メーカーの思惑通りだが、初回限定とかになると、後回しに出来なくて、つい買ってしまう。

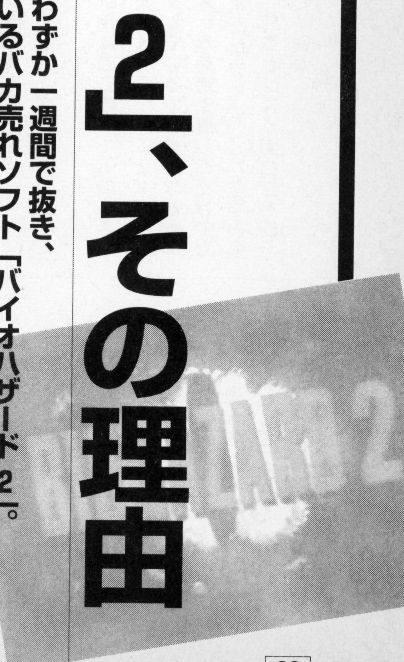
②「志」の高いゲームは、たとえ発売日に売れなくても、その後じわじわと売れてヒット作になる。そう思うし、そう信じたい。

（北海道　斎藤章道）

大ヒットソフト検証

バカ売れした「バイオハザード2」、その理由

ミリオンセラーを達成した前作の売り上げをわずか一週間で抜き、200万本の大台を突破した後も売れ続けているバカ売れソフト「バイオハザード2」。この作品がどのように生まれ、どのようにして売れたのか？ メーカーサイドの意見を交え、「バイオハザード2」ビッグヒットの理由について検証してみたい。



今、売れているゲームは何か。'97年から'98年の年末年始において売れたソフトを考えた時、おそらく真っ先に思い浮かぶタイトルは「バイオハザード2」だろう。「ゲームが売れない」と言われる中、ここまでこの作品が売れた理由はどこにあるのだろうか。「バイオハザード2」超ビッグヒットの秘密に迫りたい。

すべてが予想外だった「バイオ1」の大ヒット

「バイオハザード2」が売れた理由。その第一の理由としてまず挙げられるのは、やはり前作である「バイオハザード」の大ヒットがあるだろう。

「バイオハザード」が発売されたのは、'96年3月22日。今でこそ「バイオハザード」の名は多くの人々に知れ渡っているが、当時はそれほど注目されていなかった作品である。その証拠に、「バイオハザード」の初回販売枚数は15万本と、今の状況から考えれば驚くほど少ない数字だ。

しかしその後、魅力あるゲーム内容、優れた恐怖の演出、高い完成度であるという評価が徐々に広がっていき、「バイオハザード」は売れ続けた。ゲームヒットチャートに長期にランクインし、「演歌のように」と表現されるほどしぶとく売れ続け、ついには「鉄拳2」に続くプレイステーション2本目のミリオンセラーとなった。

ここまでヒットした理由は、当然ながら作品としての完成度があるのだが、その他にもいくつか考えられる。まず、「恐怖」という部分を前面に打ち出し、ユーザーの興味をそそった点。恐怖をテーマとしたアドベンチャーゲームとしてはスーパーファミコンで「クロックタワー」という作品があったが、いわゆる新世代機による3D表現で上手く恐怖を演出した「バイオ」は、見る者の目にとても新鮮に映り、「これは新しいゲームだぞ」と多くのユーザーに視覚的に訴えたのが成功の理由の一つであるだろう。

また、「バイオ」のヒットには運も味方した。例えば「オーバーブラッド」のように似たようなコンセプトの作品は他社も作っていた訳であるが、それらの作品の前に発売出来たという時期的な幸運さもあるだろう。もちろん作品その

ものの出来が良かったわけであるが、この「一番最初に出た」という部分が大きい。最初に出たからこそ「バイオ」はホラーゲームの草分けとして威光を放ったわけである。

また、ハードがプレイステーションだったこともラッキーだった。ポリゴン表現とムービーに特化したプレイステーションは、正に「バイオ」の受け手として最適だった。「バイオ」が売れることでプレイステーションが売れ、またその逆も……という具合にハードとソフトが上手く相乗効果を起こした好例という見方もできる。

ミリオンヒットを記録し、一躍メジャータイトルとなった「バイオハザード」。

となると、誰もが気になるのは、その続編である。ひとたびビッグヒット作が出ればすぐさま続編が作られるのがゲーム業界の常。「バイオ」も当然のように続編「バイオハザード２」の発表が行われた。

発表されるやいなや「バイオハザード２」は各ゲーム誌の「期待ソフトランキング」の上位にランクイン。以後、上位をキープし続けた。ユーザーがいかに「バイオ2」を待ち望んでいるか即座にうかがい知ることが出来た。

「バイオ1」発売の直後に発表された「バイオ2」だが、開発度60％の段階でゼロから制作し直しになるなど、ユーザーはかなり長い期間「バイオ2」を待ち続けることとなった。

しかし、そうした発売の遅れが、逆にユーザーの期待を煽ることに結果としてなったようである。ユーザーは、雑誌などで少しずつ発表される「バイオ2」の情報を読み、あれこれと「バイオ2」の姿を想像、期待に胸を膨らませたのである。



多くの人々を恐怖させた「バイオ ハザード」。

'97年の後半になると、「バイオ2」の画面写真が徐々に情報誌に掲載され、「ザッピングシステム」などのシステムや設定などが明らかになるにつれ、ユーザーの期待はますます高まるのだった。

また、「バイオ2」の登場4カ月前にあたる'97年9月25日には「バイオハザードディレクターズカット」が発売された。この「～ディレクターズカット」は、「バイオ1」を改良・修正したモードなどを入れたもので4800円（税別）という価格にもかかわらず、45万本のセールスを記録した。こうしたアップグレード版がここまで売れてしまったことに、「バイオ」シリーズの浸透ぶりが伺えた。

また、「～ディレクターズカット」を「バイオ2体験版」のために買ったという人も実際多いのではないだろうか。ソフトのメディアがCD-ROMになり、販売戦略の一環として最近よく用いられる体験版だが、その最大の効果は「ユーザーの期待感を煽る」ことだ。そういう意味で「バイオ2」の体験版は、かなり成功したように思う。体験版を遊んだユーザーが「2も絶対に面白い！」と確信、そのまま「バイオ2」を購入したことは想像に難くないところである。

そして'98年1月29日。多くの人々が待ち望んだ「バイオハザード２」が発売された。後はもうご存じの通り、大ヒット。初回出荷140万本を記録、その後も販売本数は伸び続け、200万本を突破した後も伸びそうな勢いである。

メーカー側が考える「バイオ」が売れた理由

では、ここまで「バイオ2」が売れた理由を制作者側はどう考えているのだろうか。

「バイオ2」のプロデューサーである三上真司氏、同ディレクター神谷英樹氏に伺った。

「『バイオ2』は売れて当然というところがあるじゃないですか。『1』があれだけ売れたんですから」

と神谷氏は語る。それを受けて

三上氏は、

「そうですね。中身を見なくとも『あのバイオハザードの続編だから』と買ってくれた方々が多かったと思うんです。実際、発売開始から3日目の間に100万本くらい売れたのは、やはり前作を遊んで『2も出たらすぐに買うぞ』というユーザーさんがたくさんいたということでしょうね。これは、シリーズものの強みでもある訳ですよ。『1』を買って楽しんでくれた人がそのまま『バイオ2』を手にとってくれるという」

制作者側にも、『『バイオ1』のヒットを受けて『バイオ2』のヒットがある」という認識はあるようだ。

「ただし」と三上氏は言葉をつなぐ。「いくら前作を楽しんでくれた人が無条件で買ってくれるからといって、その期待を裏切っては駄目でしたよ。だからこそ『バイオ2』に関しては、開発途中のものを一旦すべて捨てて作り直したほど、納得が行くものを送り出したかったんです」

と、三上氏は「ネームバリューに加え、内容が良かったからこそ売れた」ことを強調する。

「いくら放っておいても売れるからといって、内容が悪ければそこで売れ行きは止まったはずです。でもいまだに売れ続けているということは、やはり多くの方にソフトを満足していただけて、前作同様に口コミで評判が広がったのだと思っています」。

いわゆる続編ものは、前作のユーザーの購入が期待できるので、ある程度の売り上げの目途が立つ。しかし半面、続編には続編の難しさがある。事実、前作からのスケールアップ・方向性・差別化を誤り、失敗した続編ゲームは数知れない。では「バイオ2」は、どのように前作との差別化を図ったのか？

「『2』はマイナーチェンジでもいいと思ったんですよ。せっかく『1』にユーザーが慣れたのに、いきなりそれを引っくり返すと戸惑うから」（三上氏）

「ではそこで何を加えるか考えたとき、必然的に『ストーリー性の付加』を思い付いたわけです。さらにそれを一歩進めて『ザッピングシステム』をプロデューサー（三上氏）に内緒でこっそり盛り込みました」（神谷氏）

ザッピングシステムの出来自体は粗が目立ち未消化な部分はあるが、ストーリー重視という「バイオ2」の方針は、アクション&アドベンチャー要素が強かった「バイオ1」にはないシリーズの新たな可能性として注目され、かなりユーザーの購買意欲をそそった。

また、プレイヤーキャラ2人に表・裏シナリオを用意することで、最低でも4回遊べるようになっている「バイオ2」は、続編の課題である「前作からのスケールアップ」を巧みにクリアしているのだった。

三上氏も神谷氏も「『バイオ2』は、長い時間をかけて自分たちが納得いくものが作れて満足している」と語るように、制作者たちの確かな仕事と信念が「バイオ2」という優れた作品を生み、前作を超えるビッグヒットを生み出したと言えるだろう。

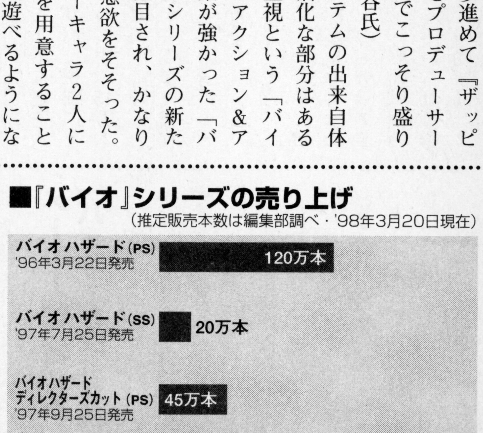
また、「バイオ」シリーズの広報活動を担当した人物は、この大ヒットをどう見ているのか。カプコンパブリシティチーム須藤氏に聞いた。

「広報として、『バイオ1』には本当にいろいろな勉強をさせてもらったなと思っています」と須藤氏は語り始めた。

「実は『バイオ1』の当初の目標販売枚数は50万本だったんですよ。いきなり出したオリジナルタイトルですし、それぐらい売れれば大成功じゃないかと。それが、

■『バイオ』シリーズの売り上げ

（推定販売本数は編集部調べ・'98年3月20日現在）




より間口が広くなった「バイオハザード2」。

我々の予想を超える120万本も売れた。実際、ここまで売れたのはユーザーの方の評価とか口コミによるところが大きかったと思うんです。ですから、そこまで売れる作品を、本当は我々が広めて売らなければならなかったんです」。

須藤氏が言うようにメーカーの想像すら超えた大ヒット作となり、一躍メジャーな存在となった「バイオ」シリーズ。そこまで売れた理由を須藤氏は「制作者の『恐怖』に対するこだわり、そして作り込みが受け入れられたのでは」と分析する。

では前作の大ヒットを受けて「バイオ2」ではどのような販売戦略を行ったのだろうか？

「これは『バイオ1』の時にもやったんですが、ゲーマー層だけでなく、女性ユーザーを始めとした一般層の両方に対しアピールしようと試みました。例えばファッション誌に広告を出したり、シネアド（映画館でのCF）をやってみたりして、あまりゲームをやらない人々の認知度を上げる努力をしました。あと、『バイオ』という作品そのものではなく、その作品の周辺のイメージを売っていこうということも試しました。その最たる例が『バイオ2』でのTVCMの監督にジョージ・A・ロメロを起用したことですね。CMそのものの効果に、彼を起用したという話題性を付加した訳です」。

事実、ロメロ監督の起用はインパクトがあり、話題性は十分だった。もともと「バイオ」自体が強く影響を受けているという映画「ゾンビ」を制作したロメロ監督がCMを撮ったということは、いわば本家から「お墨付き」をもらったようなものであり、一段と「バイオ」シリーズにハクがついた形となった。

しかし、ロメロ監督起用などで、宣伝費はかなり高額になったと推測される。そこまでお金をかけなくとも「バイオ2」は売れたと思うのだが……。

「確かに、我々がまったく広報活動しなくても『バイオ2』は売れたでしょう。だからといって広報活動に手を抜くのは、『バイオ2』を見殺しにするのと同じです。『バイオ1』の経験を生かした上で『こんなにゲームが素晴らしいんだから、もっと売らなくては』という意識が強かったですね。いまや『バイオ』シリーズは、カプコンを支える重要な柱の一つです。いわば、カプコンのかわいい子供みたいなものですから、今後も大切に育てていきたいですね」

と須藤氏は結んだ。

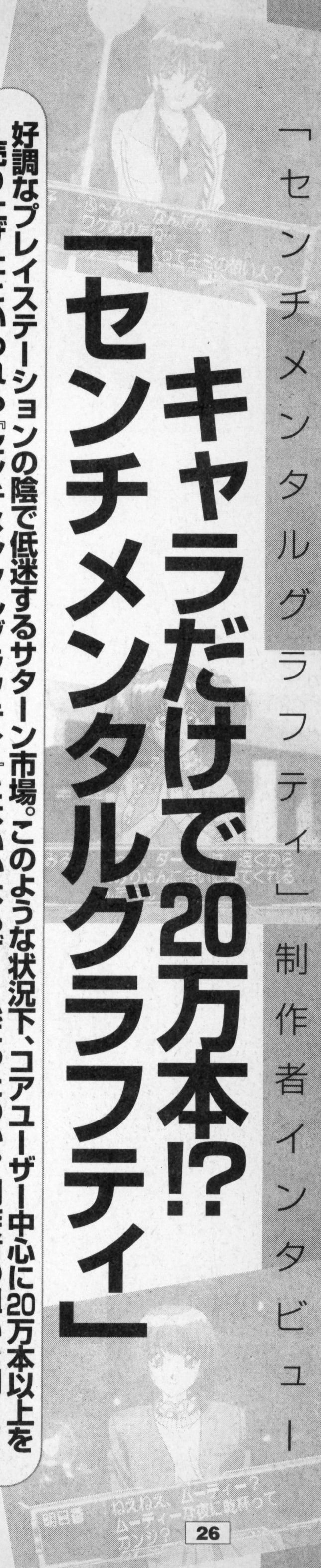
「バイオ」という作品が築いた新たなる王道

近年、あまりにも早いサイクルで無数のゲームが発売され、消費され、消えていった。そんな中、ゲームとして多くのユーザーを楽しませ、長期にわたって売れ続けた「バイオハザード」は、「面白いものは売れる、本物は残る」という事実を再確認させてくれたようにも思う。

「バイオ1」で築いた王道を踏み外すことなく、その道をさらに広げ、さらに盤石なものにした上で慎重に世に送り出された「バイオ2」は、正に大ヒットを約束された、売れるべくして売れた作品である。しかも、「バイオ2」はさらに評判を呼び、道を切らすことなく以後発売されるであろうシリーズ続編にきちんと襷を渡したのである。

そうして200万枚もの大ヒットとなった「バイオ2」だが、制作者も広報もこの数字に満足している訳ではないようだ。「300万本以上売れてもおかしくない」という。まったくもって「お化け」ソフトである。

長い年月と地道な努力で王道を築き上げた「バイオ ハザード」シリーズ。この王道は、今後もまだ続きそうな気配である。



キャラだけで20万本!?「センチメンタルグラフティ」

好調なプレイステーションの陰で低迷するサターン市場。このような状況下、コアユーザー中心に20万本以上を売り上げたといわれる『センチメンタルグラフティ』とはいかなるゲームだったのか。制作者の狙いを聞く。

『センチ』は、発売日までの過程自体が娯楽作品だったんです

プロデューサー・NECインターチャネル多部田氏

編集部（以下編）：決まったソフトしか売れないという現状があると思うんですが、『センチメンタルグラフティ』は、30万本という数を出荷したそうですね。

多部田氏（以下多）：まぁ、まだ、売り切れてはいませんね。現状4、5万本は残ってると思います。

編：しかし30万本というのはすごいですね。どのくらいの市場なんですか？

多：グッズで30億円規模っていわれてます。ゲームの売り上げが23億円ぐらいですか。グッズがゲームを上回ってますね。

編：最初からこういった展開をしていこうというような構想はあったんですか？

多：ええ、まず最初に、総監督の窪田さんの構想だったんですが、いわゆる「艦隊構想」というのがありまして。それまで某大手のキャラクターゲームの場合、グッズはほとんど一社だけで全部やっていました。売れたゲームのグッズ化ならそれでもいいんですけど、『センチ』は一から始める作品でしたから、多くのメーカーに参加して頂こうと。

編：ああ、一社でやるのではなく、

Interview

『センチ』というのはいろいろなギャップが出た作品だった気がします

ディレクター・マーカス窪田氏

編集部（以下編）：『センチ』はマーカスさんとしてもかなり売れた作品だったと思うんですが、ユーザーの反応はどうでしょうか？

窪田氏（以下窪）：お客さんを選んじゃう商品かもしれないですね。こういった作品に敏感な方にはすごく買っていただいてるようですけども。多くの人に受け入れられるものを作るのが我々の仕事であるわけですけども、突き詰めていく段階でどっちつかずの作品って、絶対お客さんの満足度も下がりますし。ウチが作る作品ってほんと賛否両論なんですよ。『センチ』については沢山の酷評をいただいてますし、逆にまた面白かったと言っていただいてもいますし、お客さんのご要望が良くも悪くも極端に出る作品だったと思いますね。

編：企画段階で考えられていた狙いはどのようなものでしたか？

窪：私もギャルゲー作ってもう10年になりますから、自分の中で違うやり方を模索してる中で、実際やってることはギャルゲー作りなんですけども、かっこいい言い方をすれば恋愛をずっと追い続けてますんで。で、シェイクスピア

艦隊を組んでいこう、と。

多：ええ、で、まあいろんなところに話をもっていって、当時は海のものとも山のものともつかないんですけど、このイラストなら結構イケるんじゃないかということで、バンプレストさんやムービックさんを始め、10社ほどの皆さんに参加して頂けました。

最初に『ときめき』を発掘した人たちを狙ったんです

編：企画段階におけるターゲット層がはっきりしていたかと思うんですが、大体どういった層を。

多：いわゆるポスト『ときめき』ではなくてネクスト『ときめき』ということで。つまり、最初に『ときめき』は出てからもう5年程経っているわけで、最初にときめきを発掘したいわゆる『目の肥えた人たち』も成長している。であるのであれば、そういった層にアピールできる、もうひとまわり現実的にするという。つまり、恋愛シミュレーションですから、そういった意味では現実性なんてものは再現されてませんけれども、少なくとももう一歩現実的にしてみようと。『恋愛童話』ではない『恋愛寓話』を、恋愛の切なさや痛みをテーマとしていこうという作戦でした。

編：マーカスの窪田さんという方が現場の総指揮ということで、多部田さんとはどんな風に役割分担されていたんでしょうか？

多：センチのプレディスクにあたる『センチメンタルグラフティ・ファーストウインドウ』とセンチ本体に同梱された『セカンドウインドウ』は私がプロデュースしましたが、ゲーム本体に関してはほとんどプロモーションに専念してました。現場に私が口を出したところといえばCGのクオリティをもっとあげるように、ということだけでした。

編：プロモーターとして一番苦労された所はどの辺でしょう？

多：ユーザーの期待が思った以上に膨れ上がってまして、その期待に応えるのに苦労しました。『センチメンタルグラフティ』というのはそのゲームの設定上非常に特異な作品で、通常の恋愛ゲームがなんかも基本は恋愛ですし、文学も恋愛ですし、で、ゲームというジャンルで恋愛というのはどういう形で描けるのかな、ということで。12人12色の恋愛パターンを作りたいな、というのが当初の発想ですね。

Sentimental Graffiti

編：とにかく「切なさ」を表現したいというのが始めにあって、それから広がってきたんですか？

12っていう数字が今回のマジックでしたね

窪：いや、それは2番目だったのかな。とりあえず12人っていう数をすごく意識してましたから。それから「切なさ」っていうのを意識したのかな。そういう順番で企画した記憶がありますけども。でも、12っていう数字が今回のマジックでしたね。12っていうのは1ダース。1日は12時間の2倍でしょう。1年は12カ月だし、12星座というものもある。クレヨンは12色。すごく人間の生理にあった数だと思うんですよ。あと、これは戦略の話なんですけども、『センチ』のキャラをお客さんに売るには、12の数を売るんじゃなく3の数を売ろうという。つまり、『センチ』のお客さんの中に、やっぱり収集癖がある方がいらっしゃるわけですよね。3個買ったら、あと9個じゃないですか。あ、おれもう4分の1買ったんだな、じゃあもう3個買おう。あ、もう半分買ったんだな。もう、あと6個だ、ということでね、集めることにつながるんですよ。

編：なるほど。3分の1じゃ気持ち悪いから、もうちょっと買おうという。

窪：ええ、それがゲームでもできるんじゃないかと。だから12あるところからひとつに絞るうえでの迷いと、1から12に増やしていきたいという欲と。迷いと欲のせめぎあいこそが『センチ』の魅力の源ですから。

編：で、『センチ』の主題である「切なさ」についてなんですが。

窪：僕の学生時代にはねぇ、「センチになる」とか「おセンチ」とかそういう言葉があったんですよ。今はそれがないんですよね。「切ない」っていうことが今の若

『好きになってもらう』事を最終目標としているのに対し、センチはスタート時から既に12人もの女性から愛されている。これはＲＰＧで言えば『ゲームスタートしたらレベル99でラスボスの部屋の前にいた』ようなもので、事前にキャラクターのプロフィール等の情報を知っていないと面食らってしまう。ですから、制作発表と共にキャラクターのプロフィールを徹底的に告知し、見せて、知ってもらい、極力ユーザーにゲームの主人公と精神的に近い位置にいて頂こうとガンバりました。ゲーム発売前に某誌のレビューに『事前にキャラクターを好きになっていないと話にならない』と評価されてしまいましたが、実にまったくその通りで（笑）、事前にファンでなかった方が普通の恋愛ゲームのつもりでセンチをやると、面白さが分かるまでは相当の時間を費やしてしまいますから。

編：で、テーマである切なさについてなんですが、多部田さんにとっての切なさとはどういうものか、お訊きしたいんですが。

多：作った作品が売れないのはとっても切ないですね（笑）。

編：でも、これだけ売る方はなかなかいないと思うんですが。

多：これはとてもラッキーな事なのですが、ＮＥＣインターチャネル創立以来、今の所、私の作品は全部黒字ですね。自分を始め制作スタッフが心血を注いで作った作品が売れないという事は、プロモーションも担当している自分の努力が足りないという事ですから、これほど切ない事はありません。

編：では、多部田さんがゲームを売るときに必ず意識することはなんでしょうか？



NECインターチャネル株式会社
アミューズメントグループプロデューサ
多部田俊雄氏
『卒業』、『誕生』、『同級生ｉｆ』など
ＰＣエンジン時代から多くの美少女
ゲームを手がけている
プロデューサー兼
プロモーター。

Interview

い人たちにあるのかなっていうことで、渋谷の女の子たちに聞いたことあるんですよ。でも、女の子っていうのはドライでね、「超ブルー」とかっていうんですよ（笑）。違うだろ、という。「切なさ」というのを辞書で調べてみると「涙脆くなっている気持ち」とか「心に重いものがある」とかね、すっごく曖昧じゃないですか。で、その曖昧さというのが面白いなぁと思ってたんですよ。でも今の子たちにはそれがない。だったら「ないイメージ」を表現してあげる方が面白いんじゃないかな、と。

編：「切なさ」っていうのを表すのは難しいと思うんですけども、どういうふうにそれを表そうと？



マーカス代表取締役
窪田正義氏
『卒業』や『結婚～Marriage～』などの
制作に携わる。『センチ』では
企画プロデューサーを
務めている。

窪：待つという行為ですね。想い焦がれて待つというのはね、パワーがいると思うんですよ。で、男が待っている女の子のところに会いにいく。そういうことでできないか。じゃあ「旅」にしようか、ということで。すごく古い感覚かも分かんない。お客さんの中には、なんで携帯持たせないんだとか、インターネットの時代になんだこれは、とかね（笑）。でも、文明の利器使っちゃったら、このゲームおしまいですからね。

編：ゲーム本編は原画とは少し違う絵になってますよね。『センチ』の人気は魅力的な原画に負うところが大きかったと思うのですが。

窪：その指摘は多かったですね。何で100％原画を再現しなかったか。簡単にいうと、再現不能だったんです。制作期間、僕の力量の中でやってみたとき、出来なかったというのが正直なところです。あの絵はイラストで、量産がきかないんですよ。あの絵をゲームに出そうとすると、後5年くら

多：やはり『見てもらってナンボ』ですので、まず、情報誌などでのメディア展開を大切にしていこうと。たとえば発表のタイミングにしてもいつぐらいがいいか、こんな素材はどうか、そういった打ち合わせはメディアとは頻繁にやってますし。

編：メディア展開っていうのも難しい話ですよね。

ユーザーは「大事なお客さん」です

多：でも、有効な素材をきちんと出し続けられればユーザーのみなさんも見てくれますし。そういった意味では「一生懸命作ってれば勝手についてくる」という程独善的には考えていません。自分たちで一生懸命作るのは当然として、載せてくれる人達の意見も大切にしようと。よく「メディアがついてくれればいいんだ」みたいな人たちがいますが、それは大きな間違いだと思います。

編：そうですか。それでは最後に、多部田さんご自身が考える「ゲーム」というのはどういったものなのでしょう。

多：娯楽作品。「ゲーム」というより「ソフトウェア」ですね。「ゲーム」っていう言葉はあまり好きじゃないんですよ。

編：『センチ』はゲームソフトですが、ゲームゲームしたところにこだわる必要はないという？

多：ゲームであることももちろん大切ですけれども、敢えてゲーム性にこだわる必要はないですね。たとえば映画を見れば、ああいった場に2時間置かれただけで人ってのは感動出来るわけじゃないですか。ゲーム性がなくても、感動出来ればそれでいいや、と思います。それを感情移入だとかゲーム性だとかいってるから、逆に行くところまで行けないんじゃないですかね。もちろん我々も含めてなんか勘違いしているんじゃないかなと思うんです。今、サターンの市場はコアな層ばかりになってますよね。外枠が外れちゃった感じだと思うんですよ。そこに対して何を提供するのか、ですね。

編：分かりました。ありがとうございました。

Sentimental Graffiti

い待ってくれ、ということになる。ただ、お客さんの信じられない想像力がゲームを上回ってしまうという部分はありましたね。だから、今回『センチ』っていうのは、いろんなギャップがあったんですね。作り手とお客さんのギャップ、さっきいった僕個人と若い人との感覚のギャップ、で、絵的なギャップ。あらゆるギャップが出てきちゃったような気がしますね。

編：そうですね。あと気になったのは、ゲームとしてもっと楽しめればよかったな、と。たとえば街を巡るといういい設定がせっかくあったわけですから、それを生かして欲しかったですね。

窪：その辺は最初あったんですよ、移動時間とか移動の演出とか。全部切っちゃいました。実は僕もやってみたんですが、目的意識がそこに見出せなかったんですよね。だからそこはあえて切りました。

編：でも、自分が努力して落とすという目標がないと物足りないかなと思ったんですが。

窪：これは僕のひとりよがりかも分からないですけど、努力する恋愛ってなんかなぁ、という。それをやっていくと僕は、女の子に会う行為以前に、なんか労働に感じるんですよ。それは僕のゲーム観なのかもしれないんですけど、レベルアップしていくということが何になるのかなぁ、と。

編：では、窪田さんのゲーム観についてお聞きしたいのですが。

窪田：僕、ゲームを作ろうとは思ってないんです。このゲームはプレイ時間何時間ですかとか、システムは分かりやすいですか、ともうみなさん判で押したように聞くんですけど、そういうことはどうだっていいんですよ。なんでみんなセオリーにとらわれるのかなぁ？　だから、『センチ』は空騒ぎとかゲームが出たら終わりだとか言われてますけど、そんなつもりは毛頭ないですし、『センチ』っていうのはワールドだと思ってますんで、ゲームだけ、グッズだけ、本だけ、でセンチを100%と思わないで欲しいな、と。

編：分かりました。ありがとうございました。



ゲーム本体はおまけでしかなかった「センチ」

ゲーム発売前にキャラだけで盛り上がった「センチメンタルグラフティ」。ようやく発売されたゲーム本体は、延期になった理由がわからないほど、疑問の多い作品だった。

やっと発売されたゲームだったが…

関連グッズと話題ばかりが先行し、肝心のゲームがなかなか出なかった「センチメンタルグラフティ」（以下『センチ』）が、先頃ようやく発売された。

この作品をジャンル分けするのは難しい。あえて言うなら、恋愛シミュレーション＋デジコミ。内容は、主人公に恋い焦がれている全国各地の計12人の女の子を訪ねるというだけのものだ。本当にただ訪ねていってイベントを消化するだけなのである。12人分あるストーリーはどれも一本道。存在するパラーメーターは「切なさ」のみ（会えば必ずといっていいほど上昇する）。パラメーター育成やフラグ探しなど、ゲームとしてのモチベーションは皆無といっていい。スタート時からすでにすべての女の子は主人公を好いているので、口説いたりする苦労すら不要。時間さえかければ誰でもエンディングを迎えることができる、まさにゲーム性ゼロのデジコミである。

さらに、ゲーム中の至る所で作り込みの甘さ、不具合さにぶつかり、不満を抱かずにはいられなかった。タウンマップ画面内での移動に余計な手順を踏ませられ、非常に煩雑。旅先でその土地の実写背景が表示されるのだが画像は粗く、女の子たちも方言をしゃべるわけでもないので、旅の情緒もあったものではない。そもそもゲーム画面に登場する女の子キャラクターのグラフィックが、人気の高かった原画と似ても似つかないものになっており、ゲームは二の次でグラフィックを楽しもうとするユーザーですら満足のいかない出来と言わざるを得ないのである。

結果、「センチ」は原画・キャラクター人気にあぐらをかいたゲームとして非常に質の低い作品となっていた。正に「女の子を出してハイおしまい」という安直なギャルゲーの最たるものである本作品だが、こうした志の低い作品は「ギャルゲー」というジャンルすら破壊しかねない。

しかし、「センチ」は20万本も売れてしまった。作品としてはともかく、商品としては大成功をおさめた訳である。

キャラクターを1から育て、ここまで大きな市場を作り上げた、メーカー側の手腕は見事である。その商品性に劣らないだけの作品性もあればと残念でならない。



鬼畜ぶりがよくわかる主人公の言いぐさ。ちなみに相手は１番人気のほのかちゃん。

プロフィール
竹内行人
（たけうち・ゆきひと）
1972年生まれ。ライター。ギャルゲー歴はPCエンジンの「ときメモ」から。今期待しているギャルゲーは「リフレインラブ2」と、PS版「TO HEART」。「EVE The Lost One」はシナリオが…。

センチメンタルグラフティ（SLG）　メーカー：NECインターチャネル／機種：セガサターン／価格：7,500円／発売日：'98年1月22日

版権ものは売れるのか

出せば確実に売れる？「キャラゲー」手堅さのワケ

16ビット機以前は「安直」の代名詞だった「キャラゲー」（いわゆる版権もの）だが、最近では手堅く売り上げを伸ばしている。その理由を分析してみた。

ゲームが売れない状況下、手堅くスマッシュヒットを飛ばしているのが過去に他メディアで展開されたキャラクターの版権を使ったゲームだ。その中でも人気が高いのがロボットアニメを題材にした、いわゆる「キャラゲー」である。特にサターンソフトでは、昨年の売り上げ本数トップの1位と2位をキャラゲーが占めている。その人気の理由を検証してみた。

まずは表1を見て欲しい。昨年売れた版権ゲームの売り上げ上位5本である。セガの『エヴァ』以外はバンダイ系列の作品で占められているが、実際バンダイ系メーカーのロボットアニメのキャラゲーの昨年の発売本数はバンダイ・バンダイビジュアル・バンプレストの3社合わせて16本に上る。その内訳を見ると強いのはやはり9本発売された『ガンダム』もの。その他『マクロス』なども発売されているが、印象から言っても数字で見ても『ガンダム』の強さは明らかである。その要因をあるゲーム開発者はこのように語った。

「キャラゲーははっきり言えば『ガンダム』しか売れていません。『スパロボ』が売れるのも『ガンダム』というコアがあってこそ。『ガンダム』なら何でも買うという固定層がいるからです。年齢的にも彼らガンダム世代は比較的お金を自由に使えますからね」。

ガンダム世代といえば17～18年前に小中学生だった層だ。彼らの成長の軌跡はテレビゲームの普及の歴史と重なる。彼らはゲームのコアユーザーでもあることが多いので、ターゲットとして狙い易い。

そこに開発者側の事情も絡む。キャラゲーだと本数が読みやすいし、今のゲーム制作者の中心層もメインターゲットと同世代でユーザーニーズが理解出来るため、企画が立てやすいのである。特に32ビット機の登場後、プラットフォームのCD-ROM化は、ムービー挿入など新たな切り口を使うことでかなりのレベルまでマニアの嗜好に沿えるようになった。昔から言われているように、ユーザーの訴求対象はあくまでキャラクターに置かれており作り込まなくてもそれなりに売れるためにゲーム自体の詰めが甘い、といった側面も残っているのは確かだ。しかし、ゲームとしても楽しめるキャラゲーも出始めた。閉じた市場である以上、固定層にもそっぽを向かれたら未来はない。メーカーにはその辺を一考して欲しいものだ。

■表1 版権もの'97年売り上げベスト5

順位	タイトル	本数
1位	スーパーロボット大戦F（SS）	46万4000本
2位	新世紀エヴァンゲリオン2nd Impression（SS）	38万7000本
3位	マクロス デジタルミッション VF-X（PS）	25万6000本
4位	SDガンダムGCENTURY（PS）	24万8000本
5位	機動戦士Ｚガンダム（PS）	20万8000本



写真は『機動戦士Zガンダム』から。シャア視点のストーリーが好評だった。

「モンスターファーム」プロデューサー蔵方徹氏、「デッド オア アライブ」プロデューサー板垣伴信氏インタビュー

PART1●テクモ

多彩なタイトルを擁し、多くのハードに提供する

「モンスターファーム」60万本突破を始め、「ギャロップレーサー2」「デッド オア アライブ」がそれぞれ約20万本売り上げるなど、立て続けにヒットを飛ばしている。テクモは今、何を見ているのか。

大手企業が大ヒットを飛ばす中で、中小のメーカーは1万本も売れないような苦戦を強いられている。そんな現状で、共に口コミからヒットに繋がった「モンスターファーム」と「ワールドネバーランド」。今回はその制作を行った2社、テクモとリバーヒルソフトにインタビュー取材をさせていただく機会を得た。

バランスの良いソフト提供がメーカーの責務

編：最近、テクモさんは立て続けにヒットを飛ばされていますね。まず「モンスターファーム」の話からお伺いしたいのですが。

蔵方：長く売れてますね。もう半年売れ続けてますから。最初は動きが遅かったんですがじわじわと動いていきましたね。

編：企画段階での狙いはどういったものだったんでしょうか。

蔵方：当初、自分たちと同じ世代のユーザー層を狙ったんですよ。自分たちが面白いと思うものを作ろうと企画を立ち上げましたから。でも、返ってくるアンケートのハガキを見ていると、ほとんどが15歳以下の人たちで。正直、狙いをはずした部分があります。自分たちが考えていたよりもずっと下の層、ポケモン世代の人たちに支持されたんですね。

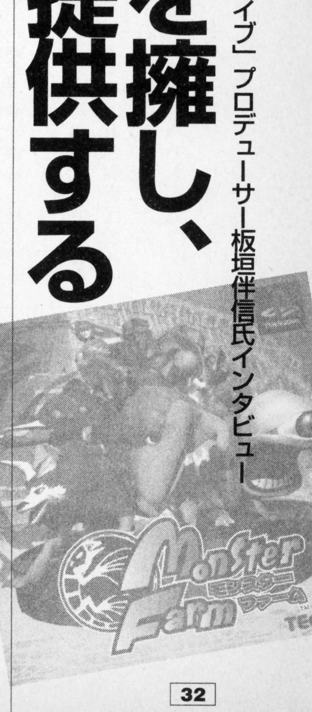
編：そこで、広告展開もがらっと変えたんですね。当初の予定とは異なる少年誌などに展開して、「モンスター甲子園」という対戦の大会を開いたり。

蔵方：ええ。楽しんでもらってますね。大会も3回開催して、広告も動きが落ち着いたころに再びうったりしました。

板垣：でも、宣伝すれば売れるわけじゃないんですよ。やっぱりゲームですから面白くなければ売れないですね。少なくとも我々開発マネージャーは、まずゲームありきで作ってますから。

編：この厳しい現状において、御社は売るためにどのような努力をされているのでしょうか。

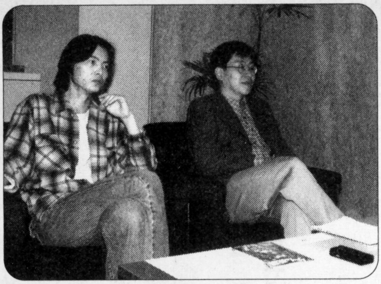
板垣：今、ユーザーのニーズとして新しいものを求めているということがありますよね。当然新しいものも作らなきゃいけないんだけれども、既存のジャンルのものも作っていかなければならない。それでいろんなラインナップが会社で設定されて、「モンスターファーム」や「刻命館」のようなまったく新しいものを作る一方で、「ギャロップレーサー」のようなジャンルとしてはあるんですが、見方を変えてみたものを作る。あるいは「デッド オア アライブ」といった既存のジャンルに属するもの、それはアイデアもそうですが、クオリティや到達度で勝負することになるんですよ。だから、まったくの新機軸、見方を変えてみる方向性、既存のジャンルにお



いてのメーカーとしての勝負、メーカーとしてはその3軸へそれぞれバランス良く配置をしなければいけないと思いますね。

編：売るということを考えた時に、ゲーム性云々ではなく、どうしてもビジュアル面から入らざるを得ない現状があるようにも思うのですが。

板垣：そういった意味では非常に危険な状態だと思いますよ。私はテクモに入社して6年目なんですけど、研修で1番最初に教わったのは「キャラクターは丸でも三角でも何でもいいから、遊んでみて面白いものを作りなさい」ということなんですよ。それがすべてだとは思わないんですけど、1つの真理ではあると思いますね。最初に企画した時もまずゲームシステムありきで、その上で、グラフィックとサウンド、ムービーがあるわけです。ところがムービーだけが突出して、「どうです、このすごいムービー」という売りで出てくるゲームは、やっぱり怪しいなと思いますね。それはもう、セオリーの話ですから。



（右）テクモ株式会社商品開発部プロデューサー　蔵方徹氏（左）同社商品開発部プロデューサー　板垣伴信氏

編：商品として、グラフィックは売りになりやすいですよね。

板垣：そうですね。

編：ですが、ゲーム性というのはわかりにくい要素ですよね。ゲーム性をしっかりと作り込むメーカーは厳しいのが現状ですが。

板垣：そういうメーカーもないと、ゲーム業界は残らないんですね。ユーザーの方が選ぶことですので、どうこうは言えませんが。そういうメーカーがないと寂しいじゃないですか（笑）。

編：そうすると、ゲーム性を残しながらも新しいものを模索しなければという。

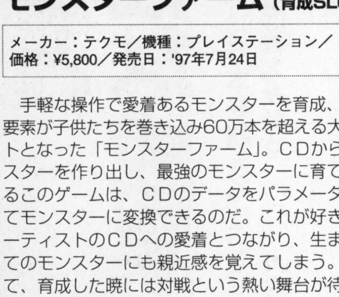
板垣：せっかく今、ファミコンの頃に比べて、在庫のリスクとか、初期投資費用の減少とか、ずいぶんよくなっているはずなのに、新しいものに対するチャレンジが少ないなと思いますね。我々も、資金のうち何%かは、新しいものの開発に投入していますし。アーケードなんてもっと厳しい状況ですがそこでも制作していかなければならない。というのも、規模が小さくなったとはいえ厳然として存在するからなんですよ。メーカーとして、ニーズがあるからには応えていかなければならないと思います。それで、アーケードでのノウハウを家庭用に持ち込むんです。アーケードと家庭用ではゲームの作り方が全然違いますからね。それが、開発集団としての層の厚さに繋がるのではないでしょうか。例えば、「ギャロップレーサー」をアーケードと家庭用を同じようなタイミングで提供して楽しんでもらうことが可能になるんです。我々は中小メーカーですが、大手さんと同様のやり方をしてきました。どのハードにも過不足なく分けてやってきて、今に至るわけです。

作品紹介

モンスターファーム（育成SLG）

メーカー：テクモ／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'97年7月24日

手軽な操作で愛着あるモンスターを育成、対戦要素が子供たちを巻き込み60万本を超える大ヒットとなった「モンスターファーム」。CDからモンスターを作り出し、最強のモンスターに育て上げるこのゲームは、CDのデータをパラメータとしてモンスターに変換できるのだ。これが好きなアーティストのCDへの愛着とつながり、生まれたてのモンスターにも親近感を覚えてしまう。そして、育成した暁には対戦という熱い舞台が待っている。また、寿命があることでより深くモンスターたちに感情移入することができる。



育成用のファーム。飼っているモンスターが動き回る。

「ワールド・ネバーランド」プロデューサー宮崎慈彦氏、広報原清和氏インタビュー

丁寧なゲーム作りと草の根運動の幸福な成果

「リフレインラブ」「ワールド・ネバーランド」と続けて10万本を超えるヒット作を出したリバーヒルソフト。「ワーネバ」がヒットにつながった原動力とは?

基本を忘れないゲーム作り

編：「ワールド・ネバーランド」(以下『ワーネバ』)の制作に当たって、意識されたことは何でしょう。

宮崎：大手メーカーさんなどが作るハリウッド型の巨大プロジェクトといった趣の、美麗なグラフィックと膨大なデータ量が含まれているものには確かに目を奪われるところがあって、ユーザーに受け入れられるのもわかります。ですが、ファミコンが出る前からのパソコンゲームユーザーの私などは、コンピュータで遊ぶということは、そういう素晴らしいグラフィックや映画的な演出などではない部分で、徹夜なんかをして楽しんでいたわけです。キャラクターは丸で、白黒、グリーンモニターでも十分遊べたわけですから。そのように考えた時、「ワーネバ」では、本来あったコンピュータゲームの面白さをもう一度考え直してみたいというのがありました。



(右)株式会社リバーヒルソフトマーケティング部　原清和氏(左)同社商品戦略室　宮崎慈彦氏

編：長く売れ続けた「ワーネバ」ですが、売るために意識されたことというのは?

宮崎：僕がいつも意識しているのは、自分たちにできることをしていこうということなんです。少ない人数で大手さんと同じ作り方をしても仕方がないですよね。質量ともに、とても及びませんし。そういう部分ではなくて世の中にないゲームを作ろうと。制作スタイルにしても、僕は「バンド」とよく言うのですが、それぞれのスタッフ一人一人が自分の責任範囲を受け持つという。「ワーネバ」は誰が中心人物なのかわからない位、メンバーみんなで作った作品なんです。デバッガーの一人一人も一緒に制作にかかわったんですよ。僕ら自身がこれからどうなるんだろうというゲームなんでしょうか(笑)。そういう作りの中から大衆性、一般性が出てきたのではないでしょうか。いろんな価値観を今市場にないものでまとめて、それがいいものだったら、必ずニーズがあると思うんですよ。

編：でも、世間はやはり、直接売りに繋がる「見た目」を大切にしているのではないでしょうか。

宮崎：キャラクターを立てろとか、ムービーを入れろとか、そういう雑音はたくさんありました。



だけど、何をやっても自分たちも納得いくように作れないし、中途半端になりますから。システムを特化させて、そこに神経を集中させていったんです。途中で、もうグラフィックはひょっとすると16色で描かなければいけないし、サウンドも少ししか入らないよという話をして。とにかくシステムによって、王国の住人すべてが生きてる状態を作り出すことを最優先したんですよ。それで、残りの少ない部分でどれだけのことができるかやってみようと。

広報と営業は、まさに草の根運動

編：ゲーム性が売りということで、実際触ってみないとわからない部分が大きいですよね。広報活動は苦労されたと思うのですが。

原：このソフトは本当に大変でした。これはやっぱり、ROMを持って一人一人に丁寧に説明するのが大事だなと感じたんですよ。で、宮崎に付いて来てもらって。僕じゃ充分に説明できないから（笑）。

宮崎：最低でも1時間、時間をとってもらって、何をするかというと、PSにROMを入れて、じゃあちょっと説明しますというような（笑）。それで、各雑誌編集部には合計100枚以上のROMを撒きました。見ただけでは面白さはわからないゲームですから、とにかくプレイしてもらおうと。やってもらって面白くないんじゃ、こちらが悪いので仕方がないですが、プレイされないまま埋もれてほしくなかったんです。

原：宮崎が努力していたなと思うのは、ネットで興味のありそうな人を捜してきて。

宮崎：関心のありそうな人にはほとんどメールを出しました。こんなゲームを作っています、興味があればお送りしますよって（笑）。そういう方々に各方面で、こういう面白いゲームがあるぞと言って頂いて。

編：まさに草の根運動ですね。

原：また、宣伝のキーポイントとなったのは、発売日1週間前の「ハイパープレイステーションリミックス」に体験版を付けたことです。プレイしなければわからないゲームだからこそ付けたんですが、あれからニフティで盛り上がり始めましたね。

宮崎：コミュニケーションの媒体になるようなソフト作りを目指していたんですが、思った以上の反響を頂いてますね。ご夫婦でハマっている方も多いようで。

編：非常にラッキーなソフトですね。

宮崎：全部が全部、「タイタニック」（注）である必要はないでしょう。うちはうちでできる新しい提案とか、独自のものを作らなきゃいけないという思いはありました。「ワーネバ」はある意味実験作で、とりあえず商売になれば次ができますから。特に今回、僕がいいなと思ったのは、結果的にスタッフは6人くらいで作っているんですよね。メインプログラマーは1人だし。6人程で作って10万本以上売れるのはとても素晴らしいことで、一人一人が自分で作り上げたと思えますし、非常に達成感や満足感が高いですよね。これは作り手として、とても幸せなことだと思います。

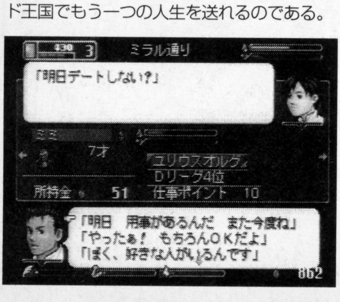
（聞き手・構成／編集部）

作品紹介

ワールド・ネバーランド～オルルド王国物語～
（仮想世界体験SLG）

メーカー：リバーヒルソフト／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'97年10月23日

「人生入荷しました」という鮮烈なコピーとともに登場した「ワールド・ネバーランド」。非常に自由度が高く、プレイヤーはゲーム世界の住人になってオルルド王国で暮らすという以外、明確な目的は示されない。無数にいるNPC（注）はPC（注）と同様に個人の意思を持ち、個々の思考により行動しているため非常に個性豊かで、仮想世界に深みを与えている。オルルド王国の住人になれば、闘技に打ち込むも良し、女の子（男の子）を追いかけるのもまた良し。プレイヤーはオルルド王国でもう一つの人生を送れるのである。



NPCは顔のグラフィックもすべて違うという作り込み。

（注）「**タイタニック**」…製作費2億5千万ドル（約325億円）という資金と技術を大量につぎ込んだ、ジェームス・キャメロン監督によるハリウッド娯楽超大作映画。 **NPC**…ノンプレイヤーキャラクター **PC**…プレイヤーキャラクター

感動の最終回!!


TeRrA
DOUBLe RING OUT!
寺田克也
1999年7月、
日本、アメリカ、イギリス、中国
ドイツでゲームが
全面禁止。
すべてのゲームは廃棄。
わずかに残ったゲームは
地下へもぐった。
お兄さん
イイのあるよ
クスリは
ボコスカウォーズ
あるで。
ファミコンの
と、そんなありふれた設定はともかく
現在日本では一日に五本の割合で
ゲームが発売されてます(当社調べ)
ウオッホン
しかし、その中で
売れているのは
スクエ○ただ一社であル。
(当社調べ)
ポリゴン
おことわり
右の記事内の
一部のデータは著しく信憑性に
欠けて事実とは認識しておりません。
※当社=猿山ゲームリサーチ会社



う、うごかん!!
ギギギギ
昔は猿の世界ではNo1のゲーマーだったが今じゃさびついてしまったもうダメなりっ!!!
つーかホントにゲームやらなくなった。勿論仕事が忙しいせいなのが大きいのだが20代の熱狂は今の所もう無い。イヤイヤ短絡的にゲームがつまらなくなったと言ってるのではないよ。オレがゲームをやらなくなったってコトだけだ。
それでも新作とか買ってはいるのです。いつかはやろうと、
最近ちょっとハマった「RIVEN」も途中でとまってる。しかし絵がメチャキレイっ
てなワケでゲームをやらなくなった私が「ゲーム批評」でかくコトもない。この連載は今回でオワリーです。そして私は旅に出ようと思う。再びハマれる熱いゲームと自分のゲーム魂を取り戻す為旅に出てみようと思うのよ。
チリーーン
ゴオーーン
ではラスト一句。「犬も歩けば棒でたたいて割る」
ピーヒャラララ
GAME
すべてのゲームがしあわせなユーザーと出会えますように
ザーーー
ゲームラブ♡

THANK YOU

きらく

ゲーム批評が考えた

こうすれば売れるアイディア百連発！

ちがうとおもう

えっ、ゲームが売れないって？ しょーがないなー。じゃあゲーム批評が売れるアイディアをこっそり伝授しちゃうぞ！ 目指せ340万本！

●ガンダムを出す。
●「監修・中村光二」とつける。
●とりあえず「映画を超えた」と言い張る。
●インターナショナル版も出してみる。
●関係のないタイトルを宣伝に出す。例・「聖剣伝説が出ない理由……裏FF……」
●発売をじらして関連商品をいっぱい出す。
●まずはＯＶＡ化。
●つぎにアニメ化（放映はテレ東）。
●そして映画化（もちろん実写）。
●とどめにミュージカル化。
●「リズム感が必要」とコピーをつける。
●とりあえずピカチュウを出す。
●女性キャラに「ときメモ」の制服を着せる。
●女性キャラの胸を揺らす。
●主人公は多重人格だ。
●他社のチームを丸ごと引き抜いてゲームを作らせる。ゴエゴエ〜〜〜。
●パソコンＨゲームをサターンで出す。
●ブラックバスを釣らせる。
●とりあえず何か育成させる（相撲取り不可）。
●とりあえず声優に何かさせる。例・ボウリング
●とりあえずレッドカンパニーと組んどけ。
●とりあえず宮崎アニメをパクっとけ！
●行った先の風俗嬢に「ＲＰＧなら今これが面白いよ」と言う。
●スポーツイベントに便乗。例・ワールドカップ、オリンピック
●どうせなら思いっきりクソゲーにしてみる。例・デスクリムゾン
●乗り物を運転させる。
●テクノっぽくしてローリング内沢に気に入ってもらう。
●レビュー対策で1〜2面だけ豪華にする。
●営業担当、ふかわりょう。
●ＣＭにゴクミとアレジ起用（発売日厳守）。
●「育成」「追加」「収集」「交換」
●秋葉原駅前で実演販売をする。
●主人公を洋館に閉じこめる。
●タイトルに「ダンジョン」をつける。
●ライバルの機体の色は赤。
●さすがに携帯ミニゲームはもう打ち止め。
●時代はザッピングシステム！
●予約時にちっちゃい攻略本をつける。
●「Ｇ－ＴＡＳＴＥ」（↑編集長がファン）をゲームにする……って本当にゲームにしてやんの（↑編集部山内もファン）。
●「スパルタンＸ」風のミニゲームを収録。
●むやみにロボットを対決させる。
●「Ｔｏ Ｈｅａｒｔ」がなんとプレイステーションに!?
●ビートたけしにまた挑戦状を書いてもらう。
●過去の作品を一本にまとめて発売（ただしＭＳＸのやつはやめとけ）。
●ジャニーズタレントを出す。ついでに育成させる。
●日本直販で「今ならもう一つ！」といって売る。
●テーマは「純愛」。
●「ＫＡＴＡＮＡ」で真っ先にソフトを出す。
●ビル・ゲイツと組む。
●やおいゲーム。
●「笑っていいとも！」に取り上げてもらう（「おもいっきりテレビ」は不可）。
●「トゥナイトⅡ」に取り上げてもらう（「ワンダフル」は不可）。
●「コロコロ」に取り上げてもらう（「ボンボン」は不可）。
●ウルトラマンを出す。

流通を考える

売れると言えばPS PSソフト流通の今を見る

「ソニーはイメージ戦略が上手い」「ライトユーザー層を取り込んだ」というような声は多いが、流通もまた、PS一人勝ちの現状に貢献している。

現在、ゲーム市場においてのPS・SS・N64の売上比率は7・2・1、もしくは8・1・1と言われる。もはや一人勝ちの市場を築いたPSの流通は今どうなっているのだろうか。

元々、後発企業であったSCEは反任天堂の立場からすべてが始まった。流通面でも自社流通を通した画期的なリピートシステムを掲げて出発。今ではすっかりそのシステムも定着し、数量調整や価格規制などいくつかの問題を抱えながらも、数はともかく商品が確実に返ってくることから、安心感があるという販売店の声も聞く。

発売後リピート注文をした商品が、遅くとも1～2週後には届くという。初回がすべてで、リピートがきかない任天堂やセガの流通とは明らかな差が生じている。

そして、これまで2カ月前の1回発注だったが、10日前にもう一度注文をとって2回発注のシステムにしようと、現在試験的に取り入れている。'98年4月までに本格的に導入していきたいとSCEは考えているようだ。これにより、従来のリピートでカバー出来なかった商品を、事前の注文に組み込もうとしているのだ。2カ月前に注文した後、状況の変化に対応でき、機会ロスを防げるというメリットも大きい。

生産に約2カ月を要するROMカセットとは異なり、CD-ROMは1週間で生産可能だという。こうした販売機会のロスを少なくしていくことで、PSは今の地位を築いたのである。

開始から一年半。コンビニでゲームは売れているのか？

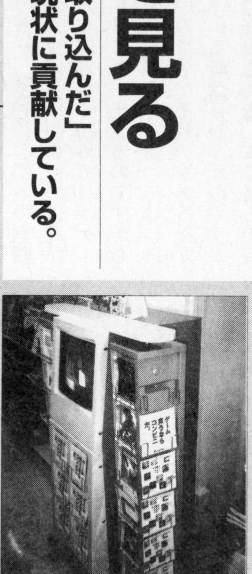
デジキューブに聞く

㈱デジキューブ
社長室広報担当　立川泰志氏

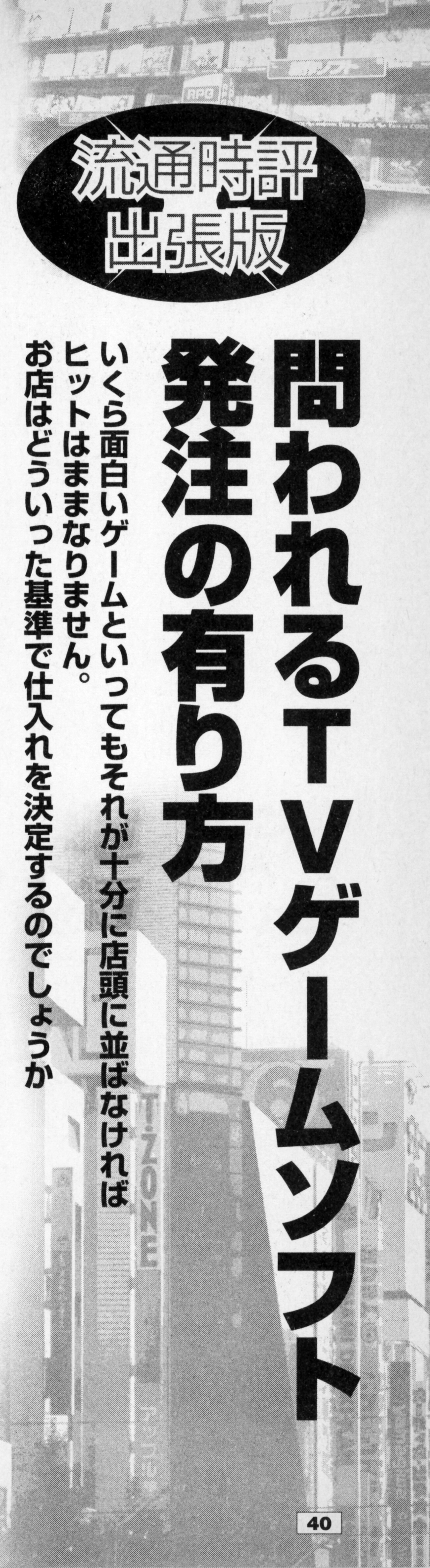
現在、弊社で扱っているプレイステーションソフトに関しては、平均して販売総数の約2割を占めています。2割の方がコンビニでゲームをお買い求めいただいているということですね。また、スクウェア社の商品に関しては、「ＦＦⅦ」の効果もあって「スクウェア社の商品はコンビニでしか買えない」というイメージがあるのか、もっと高い割合で売れていますね。また最近では「バイオハザード2」を多くの方にお買い求めいただきました。

サターンソフトは以前では7～8パーセントでしたが、最近では14～15パーセントに上がってきています。

社会人の方を始め、ライトユーザーの利用が確実に増えてきていますね。今後も新規ユーザーを取り込みつつコンビニ販売をより定着させていきたいですね。（談）



一般的な認知度はかなり高まったコンビニ販売。



流通時評 出張版

問われるTVゲームソフト発注の有り方

いくら面白いゲームといってもそれが十分に店頭に並ばなければヒットはままなりません。お店はどういった基準で仕入れを決定するのでしょうか

今回のお題は「仕・入・れ」。今まで何回か流通側から見たTVゲーム業界の問題点や現状をレポートしてきたが、売ること（販売）ばかりに目が向きすぎてしまい肝心の仕入れ（発注）については触れることがありませんでした。普段ユーザーが目にする雑誌の売上げランキングや店頭のソフトなどは商品を仕入れてから並べられ売れてこそ始めて成り立つものです。TVゲーム流通が変わりつつある中で小売店の仕入れはどのように変わってきたのでしょうか。

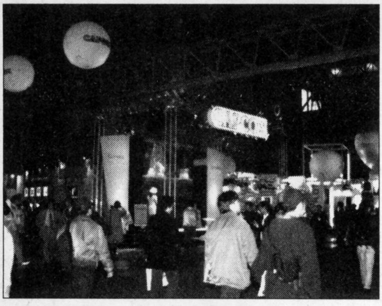
タイトルだけを見て決める発注

仕入れるからにはその商品を見て比較・検討し商品特性を理解してから注文する。それが正しい商取引の形です。

ROMカートリッジが主流だった時代の小売店の仕入れは、まずメーカーが新作ソフトの商品サンプルを玩具問屋に見せに行き、玩具問屋から小売店に商品案内として書類だけがFAXなどで届けられます。小売店はその書類やゲーム専門誌などの記事や広告などの紙資料だけで全てを検討し定められた締切日までに注文しなければなりません。そして玩具問屋は各小売店からの注文数を取りまとめ問屋自身の在庫リスク分を加味した数量をソフトメーカーに注文するのです。つまり、小売店は実際の動いているゲーム画面など一切見ることは無く、紙資料が無い場合はソフトタイトルの雰囲気だけで仕入れをしていたのです。これでは一般ユーザーと何ら変わらず、いやユーザーの場合、店頭で商品パッケージを見てから「いる」「いらない」といった購入の判断が出来ますが、小売店は既に商品を購入し到着して初めてパッケージを見ることが出来るのですから選択の余地が全くと言っていいほど無いのです。それでもある程度売れている時は良かったのですが徐々に売れなくなってくると小売店では内容のよく解らないソフトは仕入れを少なめにする傾向が見られるようになりました。小売店から注文が少なければ玩具問屋の在庫リスク分も少ない数量になり、結果的にメーカーへの注文数量が減っていくという事態になりました。そこで各ソフトメーカーは問屋がダメならと直接大手の小売店や量販店に商品サンプルを見せ問屋へ注文してもらうようになっていったのです。

ハードと共に流通も次世代へ

以前にもPCエンジンやメガドライブなどでCDを媒体にしたソ



こうした展示会もいい勉強の機会だ。

フトは出ていましたが、読み込みの速度の点からROMカートリッジを脅かす存在にはなれませんでした。そんな中で1994年年末のサターン・プレイステーションの発売を期にTVゲームソフトの主流はROMカートリッジからコンパクトディスク（CD）へと変わります。小売店との直接契約に踏み切ったソニー・コンピュータ・エンタテイメント（SCE）はハードメーカー自身が債権回収リスクを負うという従来の玩具流通とは全く異なる政策からスタートしました。にも係らずプレイステーション本体の順調な普及やソフトの市場コントロールなどによってTVゲーム業界内で主導権を握るに至ったのです。しかし、はた目には順調に進んでいるSCEの流通改革も注文する側の人間の意志までは直ぐには変えることは出来ませんでした。

プレイステーションの場合、新作ソフトの注文はSCEの担当営業から各契約店に提案数という形でタイトルごとに提示があります。この提案数はSCEとソフトメーカー間で取り決める「初期生産予定本数」を各契約店のシェアで割っただけのあくまで「提案」です。よってそのソフト本来の商品力以上の提案数がSCEとの政策的なものによって取り決められる場合もあり、それによりソフトの内容もろくすっぽ見ずにSCEの提案数に対して「よく分からないから一律70％の注文数でいいや。」的な考えで注文している小売店が大量の在庫を抱える結果になりました。

契約店への発注用資料としては発売月ごとの新作ソフトを収録したビデオテープを送付していましたが前記のような経緯からSCEでは昨年より契約店を対象にした新作ソフト内覧会「マンスリー・ミーティング」を札幌・名古屋・大阪・福岡の各地で毎月開催を始めました。過去にもイベント形式の展示会で業界関係者のみの日を設定することはありましたが、完全に関係者のみを対象にしたハードメーカーによる定例展示会はこれが初めての試みです。これにより各契約店はさまざまなメーカーの新作ソフトを直接に見て、触れる事が可能となったのです。

これを受けて同じくビデオテープで発注用資料を送付していたセガも遅れること数ヶ月、新作ソフト内覧会「リ・テーラーズ・ミーティグ」を開催する運びとなりました。但し、セガの場合、各小売店との間に「代理店」と呼ばれる玩具問屋がおり、代理店と小売店の商談会といった意味合いが強くなっています。

「商品」から「作品」へ

ROMカートリッジからCDへの移行はコスト的に実現が難しかった全国規模での店頭デモンストレーション用や体験版の作成を可能にし、店頭からユーザーへの情報発信が出来やすくなりました。又、ハードメーカー主催の新作ソフト内覧会で小売店がより確実にソフト内容の検討も出来る様にもなりました。しかしながらTVゲームを殆どしない人間が仕入れ担当者であったり、POSレジに頼りっきりになりそこから出てくる過去の情報のみに振り回され、先を見据えた販売計画を立てられない経営者などせっかく整ってきた環境を未だ多くの小売店が活かしきれていません。これからの仕入れはソフトをただの商品ではなく一つの「作品」として見ることが必要なのではないでしょうか？

プロフィール

I. N. A
（アイ・エヌ・エー）

この本が出る頃には31才、でも書いてる時は30才と、いうことは…ぎりぎりで入稿している訳ですね。しかも2年ぶりに帰省中。前回帰った時は日帰りにしたもんで家中から大ひんしゅく!! だって家にいたってやることないんだもん。

SPECIAL INTERVIEW

（株）アトラス第二開発部部長（元ギブロ代表）
富山徳之氏インタビュー

「いいものを作りたい。そのための受け皿になれば」



かつて個性的な作品を生み出し続けるギブロという制作集団があった。代表だった富山氏は制作現場を離れプロデューサーの道を歩み始めている。ギブロ解散の理由とゲーム業界の現状を富山氏に聞く。

『七ツ風』では「作品」を作り上げたと思っています

編集部（以下編）：ギブロというのは本当に素晴らしい会社だったと思うんですよ。確固としたアイデンティティをお持ちになってまして、業界内外から高い評価を受けていた。そういった会社がなくなってしまうというのは本当に残念なことで、どういう風に受け止めていいのか、というところがありまして。

富山氏（以下富）：そうですね。まず、今の立場（現・アトラス第二開発部部長）があって、どうしても『七ツ風の島物語』なんかについて僕がしゃべれば他社さんの製品についてということになるんで非常に難しいんですけれども、あくまで制作者としてしゃべるとすれば、そもそも『七ツ風』にしてもそうですし、その前の『ワンダープロジェクトJ2』にしてもそうですけれども、ある種採算というものが端から合わないのが分かっているわけなんですよ。特に『七ツ風』の場合なんかはもうちょっと合うかと思ってたんですけど、やってみたら全然。一つは、雨宮監督のイラストを動かすということがそもそも無茶でしたね。だからこそ挑戦してみたかったんですけど。単純にあれを止め絵にしてゲームのスタイルも変えればもっと楽に作れたと思うんですよね。そういう意味では、ゲーム屋としてまとめた方がいい部分はあったのかもしれないですが。でも、監督の作りたい世界を表現するにはああいうスタイルしかなかった。

編：それは作品性を重視したゲームの作り方ですよね。

富：そもそもゲームが作品なのか商品なのかはある種永遠のテーマだと思うんです。だから、そういう意味では『七ツ風』に関しては自分は作品を作り上げた、と思っています。やっぱり終わったとき達成感はありましたね。ただ、どちらにしても難しいのが、企業にとってゲームは、簡単にいえば利潤追求の手段ですから、基本は売れなくちゃ幸せになれないわけじゃないですか。その中で、理想的にいえば本当にいい作品を作って、それでいい結果が生まれるというのが一番ベストだと思うんです。でも、企業としてどっちが最



優先かといえば、やっぱり利潤が出るということにならざるをえない。結局企業は利益を追求できればいいわけであって、その手段であるゲームが作品ありきの見方で語られるか、語られないかということは結果にすぎない。利潤追求の意識構造は基本的にどこの企業でも同じなんですよ。でも、企業の論理はともかくどっちの方がいいかということはゲームを作っている人間ならみんな分かっていることだと思うんですよね。いいものを作りたいのにうまくいかない。どうにかしようということで、少しでも明日の状況がよくなれば、という過程の中にいるんだと思ってます。じゃ、利潤を放棄するとしたら、明日食べるにはどうするのか。それはある種ギブロの話につながってくるんですね。それは、辞めたというか、簡単にいえば会社を畳んだということですけど、逆にいえば継続することが難しくなっていたというのが事実ですよね。で、話しづらいんですけど去年の1月の段階で米田（米田喬氏。『ワンダープロジェクトJ』シリーズのゲームデザイナー）が抜けているんですね。

編：えっ？　そうなんですか。

富：ずっと前、米田と話したんですけど「ゲームの制作会社って会社である必要があるのかな」って米田はいうんですよ。どういうことかというと、まず作りたいものがあって、人が集まるわけですよ。でも、もし次に作りたいものがなかったときにどうするか。会社であるという縛りで似たものを作らなければいけないのかと。確かにそれも一理あるんですね。小さなもの作りの集団が、必ずしも会社という法人格を持たなければいけないのかというと、私も疑問でしたね。でも、社会的にはそうじゃないといけない部分がある。だから、それに関しては結論が出ずじまいだったんですね。だから米田と別れたというわけではないんですけれども。何で別れたかというと一口では言えないですけれどね。やっぱり米田としては会社という枠を作っちゃうことに疑問を抱いていたのかもしれませんね。米田は今ではフリーでゲームを作っていて、時々飲んだりするんですが「いやぁ、今のスタイルが合ってる」ってはっきりいってますし。現在の立場をすごく気に入っているらしい（笑）。



N64で発売された「J2」。作り込まれた良作だ。

編：なるほど。

「誰に向かってゲームを出すのか。ユーザーだよね」

富：それでも『七ツ風』に関してはとりあえずやり遂げようと思ったんです。自分自身がものすごく気に入っているものだったんで。でも、先に関しては全く考えるのをやめてしまったんです。社員のみんなには申し訳なかったですけど。あと、正直いってギブロのものの作り方というのは、現場のスタッフにとって必ずしも幸せではないんですよ。どういうことかというと、米田の頭の中にある、もしくは雨宮監督の中にあるものは、みんなで考えられるというものじゃないんですよね。ディレクターの個性があって、それを隅々にまで徹底させて作っていくというやり方ですから。そういうしっかりとした作り方でいけば、現場の絵を描く人たちにとってクリエイティヴィティを出せる幅ってないんですね。だから、職人芸として面白いということはあったとしても、クリエイターとして面白い部分というのはほとんどない。いい加減そこから脱却したいというスタッフの思いがすごくあって。気の毒といえば気の毒ですよね。やっぱりゲームメーカーに入るというのはある種そういうことがさせてもらえるという前提があるじゃないですか。ところがギブロの場合は、それこそアニメの制作会社的なところがあって。だから、そういう意味でスタッフが違った

形でいきたいといって辞めていくこともある。この問題をどう考えていけばいいのだろうか。これも結論は出なかったですね。でも、僕と米田が最後に決めたのは「誰に向かってゲームを出すのか。ユーザーだよね」ということなんです。ユーザーにとってみればクオリティの高い方がいいに決まってる。だったら内部で不満だとか悲鳴だとか出るかもしれないけど、それを自分たちで背負って生きていくしかないんじゃないか、という話をしてて。で、さっきの話に戻りますけどそんな金属疲労がいろいろ出てきまして。

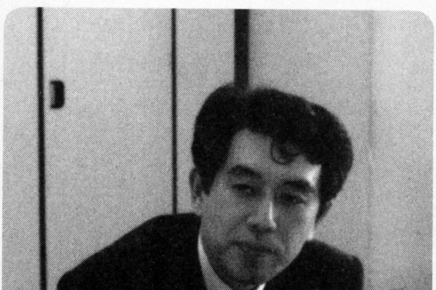
編：ある種クオリティの高いものを作るためにはやむを得ない面もあったんですね。

富：ただね、実はあの会社ではCD-ROMをやるのは初めてだったんです。そのときに「つくづく恐ろしい会社だな」と思ったんですけど、手書きの2Dの絵なんかCDに入れようと思ったら無限に近いくらい入るんですよ。だから、みんながやりたいやりたいといっていればいつまでもやれてしまうんですね。やっぱり絵を描く方はもっと描きたい、もっと描きたいというところがあって。そのときのスタッフ全員が「もう無理だからやめたいです」といわないんですよ。そういう意味で僕は素晴らしいスタッフたちといい時間をすごせたな、と思いますね。

いいものが出来たときにそれを伝えていく立場も大切ですよね

編：その辺は、富山さんと米田さんが会社を設立する際のクオリティの高いものを作るという理念が浸透していたからではないかと思うんですが。

富：でも、嫌ないい方をすると制作会社には明らかに限界があるんですよ。制作会社側じゃ現状を直せないんです。どうしようもないというか。やれることはいいゲームを作るだけですから。それはやってみたんですけど、とてもそれだけではゲーム業界は変わらなかったですね。じゃあ、逆に売る側の立場で次は変えていくしかないか、と。いいものを作ったから売れるという図式はない。悪いものは売れないですけど、いいものが売れるというほど簡単ではなくなっています。「この作品はいいものである」ということを伝えなければいけないということが大きくなっているんです。そうなってみると、当然作るのと同じくらいの費用と労力をそこにかけないといけない。作品の良さを伝えたいという意思がないところは当然消えていく。となると、作っているものが駄目だった場合は評価が悪くても仕方ないと思いますけど、いいものが出てきた場合に伝えていくという立場も重要でしょうし。だから今プロデューサーという仕事を選んだというのはありますよね。今僕がいる第二開発部というのは、制作会社さんの作品をプロモーションする部署であるわけですよ。制作していた側としてはクライアントさんに分かってほしかったことがたくさんありましたね。もちろん、分かってはいても仕方ないことはあるし、こちら側に立つとどうしても商品作りをしなくちゃいけないんで難しいんで



富山徳之氏

（株）アトラス第二開発部部長。元ギブロ代表。創生期からゲームのプログラミングにかかわり、制作会社ギブロで『ワンダープロジェクトJ』『七ツ風の島物語』などを発表。ギブロ解散後、アトラスにてプロデューサーとしてゲームにかかわることに。

すけれども、でも、その中でいい作品作りに関わっていければな、と思いますね。まあ、経営者としての富山というのは終わりましたが、僕が以前に経験したことが何かいい形になるんであればと思います。

編：そういった思いがやはりゲーム制作の現場を離れてアトラスでプロデュースをすることになった一番の理由ですよね。

富：そうですね。その可能性がある会社だと思っていますし。プログラミングにかかわらないのは非常に寂しいんですけどね、自分でも。現役をなんとか20年はやりたいと思ってたんで。あと2年というところまで来てたんですよ。21世紀まで現役のプログラマーでいたかったんですけどね。たぶんあちこちで嘘つきだっていわれるんじゃないかな（笑）。でも、これからも違った形でだけどゲームにかかわることが出来ますから。要するに、昔は横のつながりのある制作会社同士でしかない。「大変ですね」って話し合ってたり。ところが今なら資金がここにある。相談にのれる立場なんですよね。「こういったいいものを作りたい」という会社があったら「どういうものを出したいのか」とお話ししたり、一緒にいい仕事をしたり、援助をしたり。それが出来る立場ということでここにこうしているわけです。次はいいものを作ろうとしている会社をサポートしていきたいですね。ある種ギブロでは駄目だったんですが、次の世代の人たちに頑張ってもらって。いい作品を作りたい制作会社さんへ受け皿を提供することで、ただゲームが商品としてだけ扱われる状況の歯止めになれば、と思いますね。同じ考えの人は業界の中にいっぱいいると思うんです、ただ、それがいえるかいえないかは立場によって違う。やっぱりリスクはありますからね。「そうだよね」っていって終わるのと「具体的にいいものであれば行きましょう」といえるのと、違いはやっぱり大きいですね。

編：それは一歩足を踏み出すことが出来るということですね。

富：そうですね。それはもう、アトラスに行くと決めた瞬間にはそう思ってました。その点に関して、当社としては結局そこが問題なんですよ。全部が全部売れるかというとそうじゃないんです。やっぱりそれは時代もありますし。だから制作側としてはやることは変わらないんですよ。とにかくいいものを作りたい。でも、いいものが出来たときに、どういう風にして売るのか。それは自分でも考えていたことがありますし。

編：しかし、富山さんが売る側にまわってしまうと、もうギブロの作風が味わえなくなるんでしょうか。感覚の気持ちよさを追求していて、独自のピュアな部分を持っているような。

富：いや、そういう感じも味わえますよ、これから。別にギブロの仕事を他にやらせるわけじゃないですけどね。一つ一つの個性を残せるものを出していければいいな、と。そうすれば結局同じ結果が出てくるものもあると思うし。あの会社が持っていたものが何なのかというと、僕も客観的に見れないんですけれども。

どんな状況下でも希望はあると思います

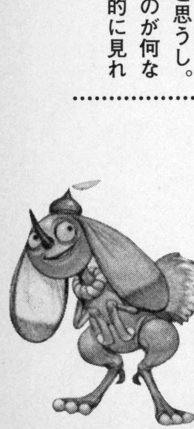
編：では、最後になりますが、ゲーム業界の今後に関してどう思われていますか。

富：楽観は出来ませんよね。現実は厳しいし、厳しくなる一方だと思います。ただ、僕は、どんな状況下でも希望はあると思います。

編：前向きなんですね。

富：前向きというか馬鹿なのか分からないですけどね。所詮は夢幻でどうこうやっている業界じゃないですか。何もないところから何かを作っている。それで夢がないんだったら、端からやめた方がいいかな、と。悲観的な状況下だとは思いますけれども、やっぱり今でもいい作品を作りたいという意識でやっている人たちはいっぱいいる。だから、いつか絶対大きな作品が出てくると思ってます。

（聞き手・構成／編集部）



第1特集総論

作品性と商品性の狭間で



「いいゲームとは、ユーザーに選ばれるゲームだ」。この特集の取材で、多様なスタンスの人々が異口同音に発した言葉である。ゲームを計る尺度は様々だが、商品的に成功したタイトルこそがいいゲームと呼ばれるのだ、と。

いいゲーム＝売れるゲームだとしたら、今は分かりやすいゲームがいいゲームということになるだろう。つまり、直観的に把握出来る映像の部分がきれいでセールスポイントが分かりやすく、販売戦略が立てやすいゲームのことだ。記事にしやすいので、媒体の露出も多くなる。逆に、説明しづらいところといえばゲームの黎明期から構築されてきたゲーム性がそれにあたる。まさに、手に取ってやってみなければ分からないからだ。その「手に取って」というハードルからして異常に高い現実がここにある。ユーザーのゲームに対する意識の変質が進行しているのだ。

32ビット機の市場は成熟し、発売されるタイトル数は増加した。しかし、折からの不況でユーザーの購入意欲は反比例するかのように冷え込んでいく。ゲームは買いたいけれども本数は絞りたい。そんな時に指標となるのは、とっつきにくそうな新しいゲームシステムよりも安心出来るクオリティのグラフィック…。ゲームの安楽性を求める潮流はユーザーが引き起こしている、とメーカーや販売側は一様に指摘する。ユーザーはゲーム性を今は望んでいないと。

確かにそれは一理あるだろう。ゲームは商品と作品の相反する側面を抱えているが、企業の製品である以上はまず商品として成立していなければならない。いくらいい作品でも顧客から望まれない商品は、消えていくしかないのだから。だから、出来るだけ多くの人に考えて欲しい。ゲームに望んでいるものは何か、と。作品性と商品性の狭間の最善の方向へ、ゲーム業界を進化させていくために。

ゲーム批評
バイオ2の本
作ります



突然ですが、ゲーム批評は「バイオ2」の本を作ります。
本当は内緒なんですが、ちょっとだけ内容教えちゃいます。

斎藤「持ってると自慢できます」
古庄「ハーブが食いたくなります。それもたくさん」
松井「バイオにおける猫の考察には力入れてます」
日野「僕はドラえもんが好きです」
山内「頭痛に少し効くかもしれません」
田中「カラーのページがあるらしいぞ」
松平「ゾンビの作り方が載ってます」
小野塚「武器になります」
並河「変形します」

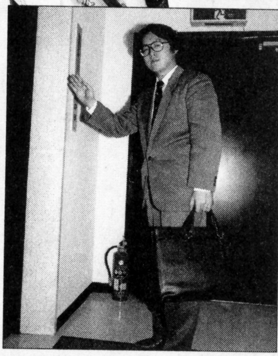
ゲーム批評の作るバイオ2の本は
'98年5月末発売予定

装丁：なんだか格好良くて豪華（予想）　判型：とにかく格好良い感じ（予定）　値段：なにやらすごくていい塩梅（希望）



街で見かけた2.5
最終回
売れるゲーム、売れないゲーム

人生の荒波に揉まれつつ旅立っていく小野さんです。



寂しさに負けた〜と昭和枯れすすきのように去っていく小野さんです。

創刊以来の連載が次々に幕を閉じる中、みなさんいかがお過ごしでしょうか。なんて呑気なことを言いながら嵐のような不人気に堪え続けてきた小野さんですが、この度ついに遠くに旅立つことになりました。振り返ってみるとこの1頁が読者に、そして小野さんに与えた意味とはなんだったのでしょうか。まさに何もなかったところが小野さんらしいといえばそれまでですが、それもまた良しということでしょうか。思わず回想に浸ってしまう小野売れるゲーム、売れないゲームさん（35歳、独身、嗚呼独身）です。話は変わりますが、この前の深夜映画でやっていたプロジェクトA2、悪役の刑事の声を富山敬が吹き変えてましたね。小野さん懐かしくなって思わずTVの前で手を合わせてしまいました。誰かビデオを撮った人がいたらダビングさせて下さい。

　というわけで最後だから、これまでに寄せられた幾多の素朴な疑問に答えてしまいましょう。

Q1：小野さんは毎回変なコスプレをして恥ずかしくなかったのでしょうか。

A2：コスプレじゃなくて仮装です。でもこの世の果てのような少女O―NO（16号参照）の時は小野さん真剣に人生について考えてしまいました。

Q2：一番嫌だった仮装はなんですか。

A2：小野さん真面目な編集者なので好き嫌いはあまり言いませんが、原宿でサテ坊に扮したときは（4号参照）、チーマーに囲まれて死ぬかと思いました。

Q3：目標としている人は誰ですか。

A3：甲子園球場のトラッキーのように観客と一体になって楽しめるパフォーマンスを目指したいです俺たちの誇り千葉マリンズ。というわけで今度こそ小野売れるゲーム、売れないゲームさん（35歳、独身、最後まで独身）は、一人夜の街並みに消えていくのでした。ありがとう小野さん、そしてさようなら。



読者プレゼント

15号で使用した衣装を一名様にプレゼントします。希望者は編集部「小野さんは2度死ぬ」係まで。

♧ 菊地氏の「重要なのは立場と責任の認識、そして志と魂」という言葉にグッときました。紙に書いて貼っておこう。（千葉県　伊川まりあ）

♡ HELLFIREって東亜の横シューティングの事じゃないの？　1周クリアしたご褒美が「GOOD」の一言というあの。（京都府　社団法人式守伊之介）

SHINICHI MORIOKA



卓越したデザインセンスと画力で、今注目を集めるもりおか氏に聞く。

Q1. 今回は20号記念として、リバーシブル表紙として２枚描いていただいたわけですが、それぞれのコンセプトを教えてください。

A1. **特にコンセプチュアルな物はないのですが、只何となくアドリブという感じで描きました。**

Q2. 今号の特集「売れるゲーム、売れないゲーム」について、感じていることがあればお聞かせください。

A2. **突き詰めて言うと感じている事はなかったりもしますが、自分がかかわった商品は売れればいいなと思います。ベタですが。**

Q3. もりおかさんは数々のゲームキャラクターを創造されたわけですが、その際に大切だと考えていることがあれば教えてください。

A3. **企画を喰えれば、喰いたいです。**

Q4. もりおかさんが影響を受けられた作家、または今注目しているアーティストの方がいらっしゃったら教えてください。

A4. **今注目しているアーティストは、オカバタ・ヒロキさんです。**

Q5. 今、一番してみたい仕事は何ですか？

A5. **現行のゲームの仕事を'99年頃終わらせて、それからは何か別の仕事もやってみたいです。まだ具体的には分かりませんが。とりあえず早急に自分のホームページを創りたいというのはあります。**

Q6. 今凝っていることなどあれば教えてください。

A6. **手作りペパロンチーノです。美味しいです。**

Q7. 映画やＴＶ、作品など最近おもしろいと思ったものがあれば教えてください。

A7. **斎藤さんが映画"マウス・ハント"がオモロいと、言ってらしたので観てみたいです**

Q8. 最近のゲーム作品や業界についてなにか思うことがあれば教えてください。

A8. **元々がゲームをまったくしない人間なんで数ある商品を把握している訳もなく、とりたてて思う事はなかったりもします。ただ、キャラクターデザインをしている時間が自分にとって"ましな時間"というだけで、業界に対して何か思ったり、求めたりする様な事はないですね。**

Q9. ご自分がされた仕事について気に入っているものがあれば教えてください。

A9. **業界の異端児、コダマ主任以下のメンバーと仕事している時は楽しいですね。仕事以外の時も。**

Q10 今までプレイされたゲームで心に残った一本があれば教えてください。また、その理由はなんですか？

A10. **ココロに残るほどのものは、ないかも。でも幼少の頃やっていたものがそうなのかも知れません。**

Q11 最後にゲーム批評の読者に何かメッセージをお願いします。

A11. **不倫はするな。**

ありがとうございました。

PROFILE
もりおかしんいち：1972年神戸生まれ。"K.O.F'94"、同'95オリジナルキャラクターデザイン、演出原画など。彩京「堕落天使」販促イラスト。情報誌系雑誌イラストカットなど。



鬼畜さくら　新宿都庁街に乱舞する！

ゲーセン事情　番外編

リポーター　編集部　松井

これは、新人編集部員並河の初仕事を記録した、愛と勇気と感動のドキュメンタリーである……。

さて、ゲーム批評編集部に新人が入りました。**並河編集部員（女性）**です。しかし入った時期が悪かった。なにせ修羅場の真っ最中で新人に任せられる仕事がありません。そんな時、カプコンから一枚のファックスが届きました。

「女の子限定　ひなまつりポケットファイター大会開催」

これだ！　というわけで、並河編集部員の初仕事はいきなり雑誌対抗ゲーム大会出場ということになりました。

大会当日。初仕事に緊張している並河編集部員、緊張のあまり会場である新宿カプコン東京支店に大会開始30分前に到着してしまう。

「いやぁ、気合い入ってますね～」と受付の方も苦笑い。しかし、早く来たお陰でシード権獲得、何もせずに一回戦突破です。こういう大会になると悪運の強いゲーム批評です（本誌10号「ゲーセン事情」参照）。

そんなこんなで大会スタート。各編集部から選ばれた女性ゲーマー（含む男性コスプレイヤー）たちの熱い闘志が漲ります。なんてったって優勝商品がブランドモノのバッグやスカーフですから、自ずと参加者のボルテージも上がります。

そしていよいよ2回戦、並河編集部員の登場です。

「私、ぜんぜん強くないですよ～」と言いつつもストレートで勝利。さすがゲーマー、さすが**新○社の会社説明会に行ってゲ○メストをタダでもらってきた過去**があるだけあります。

そして準決勝もあっさり突破。なんと決勝進出です。

さて、決勝戦ですがPS版「ポケットファイター」でのオリジナル要素を使った闘いです。これは、性格判断によってマイキャラの性能が決定され、そのキャラクター同士を闘わせるというもの。キャラが闘っている間、プレイヤーは見ているだけという変わったバトルなのだ。

さっそく並河編集部員もマイキャラ制作のための性格判断を開始。

「Q．宇宙人が攻めてきました。どうします？」

「ミサイルを撃つ」

「Q．あなたは創造の神です。新しい星を作るとしたら？」

「炎に包まれた星」

……すべてがこんな過激な回答。そして出来上がった並河キャラは、極めて攻撃的、**マイティコンボを連発する恐怖の「鬼畜さくら」**でした。

決勝戦スタートと共に、いきなり暴れ出す鬼畜さくら。何もできない相手に対し容赦ない攻撃を加えます。もう手がつけられません。さんざん暴れまくったあげく、なんとそのまま優勝してしまいました。恐るべし鬼畜並河、じゃない鬼畜さくら。

あまりにも一方的な決勝戦に、場内はシラケムード。司会者のギャグはスベり、マイクは壊れ、モリガンのコスプレイヤーは定期を落とし、チュンリーどら焼きは瞬時になくなりました。というわけで、見事に豪華賞品（ポールスミスのハンドバッグ、フェラガモのミニスカーフ、ウェッジウッドのマグカップ）を手にした並河編集部員。初仕事にこんな偉業を達成し、将来が有望です。

だが、話はここで終わらない。大会後の懇親会場にて。

「優勝おめでとうございます」

と言ってキチク並河にビールをすすめるのは、なんとカプコン開発チームの偉い人、船水紀孝さんではないですか！　なんと恐れ多い！　しかし、そこで並河編集部員はこう言い放ったのだった。

「私としては『ジャスティス学園』のゲーム大会の方が良かったんですけど」

うわぁ、あんた、船水さんに向かってなんてコトを！

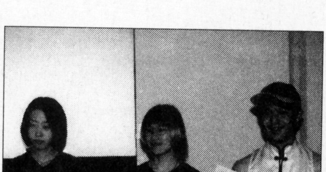
「『ジャスティス学園』はサターンでは発売されないんですか？」

さらに追い打ち。

「プレステのパッドって、必殺技が出しにくいですよね」

……もういい、しゃべるな。

恐れを知らぬキチク並河、私はとても苦しうございました。（完）



上位三人による記念ショット。一番左がキチク並河編集部員だ。

優勝商品として「ポケットファイター記事200ページ掲載許可権」をいただいたんですが、すいません、ゲーム批評ではこれが限界です。ちなみにコンシューマ版「ポケットファイター」は、PS版6月11日、SS版7月9日（ともに5,800円）発売予定です。

THE GAME OF APOCALYPSE

新連載!! ダラダラドロドロ血みどろコラム

▼この記事には暴力シーンやグロテスクな表現が含まれています。

ゲームのはらわた

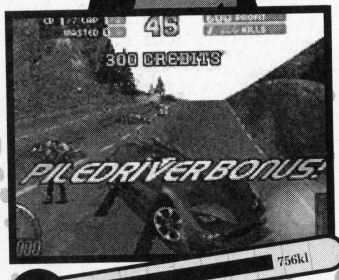
Sacrifice 壱
カーマゲドン

ナニがどうしたのかよく分からんが、「エグゲー」について連載するよう依頼を受けた。でもさぁ、社会的タイミングとしては最悪じゃないの？ ガキの犯罪が増え、その度に「殺伐とした映画やゲームが云々……」なんて文化人（バカタレ）が言ってんだから。個人的には、「ゲームや映画なんかを好きだからって、そのマネをして人殺しするヤツなんかいねぇ。人を傷つけるヤツは、何も見なくてもヤル」ってのが持論だから、まぁ関係ないんだけどね。そんな訳で、トンチンカンな意見は放っといて、「暴力シーン」やら「グロテスクな描写」やらがコテコテに詰められた楽しいゲームを、グイグイとイっちゃいましょーか。

第一回目は、オーストラリアで発売禁止だの、ナントカ州でボイコット運動がどうしたただのと騒がれたゲーム、『カーマゲドン』だ。内容は、『デストラクションダービー・邪悪版』と言ってしまえば一言で済んでしまう。実にシンプルな紹介だが、ホントそんだけ。コースを時間内に規定周回数だけ回るか、敵の車を全部ブッ潰せばゲームは終了する。ただし、「ミソ」となるのは公道で行われる「市街地レース」だってことだ。見物客なのか、逃げ遅れた人なのか、設定がよく分からんが、ごく普通の人々がコースをうろうろしている。この人たちをハネたら減点かって？ バカ言っちゃあいけない。彼らこそがクリアのための最大のポイント。人間をハネたらクレジット（これでクルマをパワーアップする）が加算され、「20秒」のエクステンドとなる。

さて、気付いた人もいると思うが、これは©こそ付いていないものの（制作スタッフの心情的には）ロジャー・コーマンのB級SFの快作『デスレース2000年』のゲーム化なのである。プレイヤーのマシンは、色を除けばフランケンシュタイン（デビッド・キャラダイン）の愛車と激似だし、マシンガン・ジョー（イタリアン・セックスホース時代のスタローン）のマシンによく似たクルマも出てくる。そんな映画観てないだと？ バカヤロウ、すぐ観やがれ！ これだから最近の「ゲームくん」はイヤになる。ゲームはやり込み、映画も観まくれ。だから、オリジナリティのないただのパクリゲームがヒットしちまうんじゃねぇか。パスティーシュやオマージュと、パクリは違うってんだ！ …と、話がそれた。

ハッキリ言おう。『カーマゲドン』は「レースもの」として見ると、操作性もイマイチだし、かなりツライゲームである。クルマの挙動は不審だし、ゴールすることにも全然カタルシスがない。しかし、「殺戮アクション」としては一級である。人を連続で轢いた（コンボ（笑）と呼ばれる）快感、その時の胸の悪くなるようなSE、路面に残る真っ赤なタイヤの後。スタッフの気合がどこに入っているのかが実に明確で小気味いい。前述の映画の最後の台詞を、見事なまでにゲームに仕立て上げたと言えるだろう。そう、「暴力こそがアメリカだ！」なのだ。



血みどろ指数 756kl

Writing by 在鳩飛雲

PROFILE
在鳩飛雲：コンシューマーの企画兼プロデューサーで、洋ゲー好きのギャルゲー嫌い。兼業で与太ライターもやっており、最近ちょっと疲れ気味。仕事に関する座右の銘は「どうせ嘘なら上手くつけ！」。

CARMAGEDDON (ACG)　メーカー：SCi／機種：DOS/V・WIN95／発売年度：'97年

岡元建三Presents
洋ゲーマニアックス

第一回
クーリエ・クライシス



ジャンル：ACG
メーカー：BMGジャパン
機種：プレイステーション
価格：¥5,800
発売日：'98年2月19日

題字デザイン、製作及び4コマ製作　岡元建三

読者の皆様へ
気持ちも新たに、洋ゲー新連載開始です。洋ゲー紹介されても売ってないと言う読者の声に、心を改め、国内リリースされているモノの中からイっちゃってるやつ、面白げなモノをやっていこうと思っております。
以上。

さて今回は、BMGからリリースされている「クーリエクライシス」で、自転車に乗って荷物を運ぶ運び屋（メッセンジャーボーイ）として、サンフランシスコを疾走するガテンな仕事に挑戦である。

このゲームは、サンフランシスコをゲームの舞台としており、チャイナタウンやダウンタウン・ウォーターフロントなど実在のMAPを堪能でき、そのなかで、街の至る所にいる人たちの届け物を預かり、それぞれの受取人に渡す。地道ながらも楽しそうな仕事である。さらに仕事の成功報酬で、GT社（実在のイカす自転車メーカー。男なら憧れろ）製の自転車をどんどん買えるとあれば、自転車好きの私としては頑張らないわけにはいきません。プロの運び屋を目指して、□ボタンのペダルを力を入れて押した。

小中学生の頃にやっていた新聞配達。朝は眠い、雨の日も台風の日も走らなきゃいけない、チラシの入れ込みをよく間違えては怒られた、あの日のことをを考えれば簡単なモノと思い、軽い気持ちで街並みを見ながら、これがチャイナタウンかあ、などとお上りさん状態でだらだら配達をし始める。三通目の配達にかかったところで、車の渋滞に巻き込まれるも何とか抜けて、もうすぐ受取人だ。そう思ったところに、突然「馬鹿野郎。お前はクビだ！」のメッセージ。時間は確かにしっかり過ぎている。オイオイ親父、今のは事故さ。言い訳言っても通じるほど親父は甘くなく、仕方がないので再スタート。悔しさをバネに、わき目もふらずにペダルを踏んで、難なくクリア。ついでに自転車も買い換えた。

新車に乗って、上機嫌。そんな軽快に飛ばす私に、路地裏に立っていたサラリーマン風小太りの中年が殴りかかってきた。ん？ 恨みを買うことなんてなにもしてない。たしかに、プレイヤーからはキックだパンチだの攻撃は出来るのだが、誰にも手は挙げてなかったはず。そう考えてる横から子供のキック、おいおい！ どうやら荷物の受け渡しの人以外、みんな敵だと思っていいらしい。そうと分かれば心はニヤリ、道行く親父た



たまにはサンフランシスコの観光プレイもイイですね。

Kenzo Okamoto　特殊美術造形家。映画・TVCF・ゲームなどのいろんなモノを制作。日々、KALIなどで、オンラインゲームに明け暮れる、ゲームジャンキー。現在は、TVデビルサマナーも終わり、次なる計画が進行中。プライベートでは、ビーストウォーズにはまりメロメロです。

造形4コマ

ボク、ヨシオ。 第1回



ちにパンチの挨拶、キックのスキンシップ。青空の街に黄色い声が響いていく。みんな元気だ。

ステージが進むにつれて、犬・かに・宇宙人と人じゃない奴も増え、挨拶する数も増えてくる。何とも忙しい仕事になってきた。

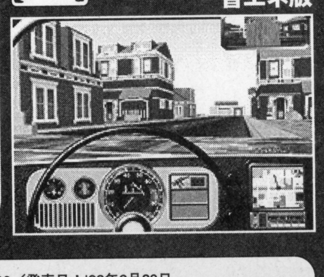
クルマには追突するし、（そのクルマがパトカーだったとしても決して怒ってはいけない。もし、どうしても言ってやりたい心なら、LRボタンを全部押すと、パトカーに向かって中指を立ててやることが出来る。しかし、即逮捕されるぞ）殴られたダメージが蓄積するわで、自転車が結構傷んでくる。私の知人の話だが、自転車に乗っているとサドルがぽっきり折れてしまい、座れなくなった。なんてことがあったらしく、（過重体重によるダメージだったらしいが）ダメージの蓄積は危険である。運び屋の仕事をやろうにもがんばりだけではダメだということを痛感、テクニカルに生きてみることに生き方を変更した。

このゲームでは、トリック（自転車に乗って180度回ってみたり）を決めることで、制限時間を増やしたり、耐久度をUPさせたりと仕事を有利に進める効果をもらうことが出来る。ゲーム後半は、このトリックを駆使しなければクリアは難しく、腕の見せ所なのである。

まだまだ仕事は続くのだが、今日はここらでやめとこう。残りは明日届けりゃいいのさ。そう心に決めて、いろんなステージを散策してまわる。この、ぶらぶら目的なくうろつけるところもこのゲームの良さなのだ。ビバ！　サイクリングである。

ps：このゲームをやりながら、レースゲームといえばクルマやバイクばかりだし、自転車メインのレースツールドフランスやらないかなーと自転車小僧は思うこのごろ。

通信のお部屋 省エネ版



「通信のお部屋」は本日付けでここへ移動となりました。そんな記念すべき新装第一弾は、町をちくちく建設し、市長となって社会のつらさを見つめるシムシティシリーズ最新作「ストリート・オブ・シムシティ」です。

このゲームは、平和な街中をロンリー暴走族となって、いかれた走りで大爆走、敵の車をぶっちぎるシムなのである。どの辺がシムかというと、エディット機能で街を作りコースとして走れるところであるが、見るべきところは、「シムシティ」で育てた街中を走り回れるところにあるのだ。汗水垂らし、不平不満を聞いて育てた街を、荒くれ者となって通信対戦できるのである。あーこれが俺の作り上げた街なのかなんて、考え深げに思いながら、暴走行為をする市長。すばらしいじゃないですか。時には飛ばして走りたい、真っ直ぐ走りたくない貴方。そんな貴方を市長は待っている。さあ、貴方も市民になろう！

（岡元建二）

ストリート・オブ・シムシティ 日本語版 (ACG+SLG)　メーカー：マクシス／機種：WIN95／価格：¥9,800／発売日：'98年2月20日

大好評連載

悪趣味ゲーム紀行

第十六便

「れすれす」

Stressless Lesson

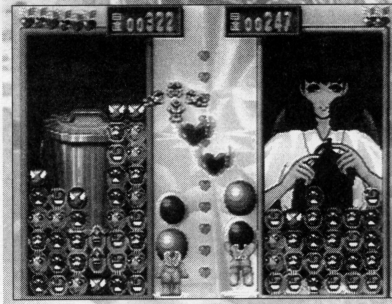
がっぷ獅子丸

ギャルゲーがぷよぷよに恋をすれば…

とにかくギャルゲーが増えすぎよねー。ところで遊びました？アレ。こっちの方が**せつなく**なったわ。今度はギャルゲーにも引導を渡すつもりかしらね。そういやあそこは何を血迷ったか昔、某有名ギャルゲーを実写でやってしまった前科があるんだけど、やっぱり結果は散々だったわね。他でもたまにアイドルや実写のキャラを使ったりしてるけど、まったく分かってないんだから。そもそも、ギャルゲーちゅーのは僕たち、実際の女の子を想像して疑似恋愛をしたいんじゃなくて**二次元の女の子との恋愛をするため**に遊んでるんだもーん。馬鹿だなあ、ときメモの映画なんか**観に行く訳ないじゃないか**。というギャルゲーまっしぐらの中、今回は超ダウナー系恋愛パズルゲーム『ストレスレスレッスン―れすれす―』です。メガヒットパズルゲーム『ぷよぷよ』と恋愛育成ブーム。どちらも超ポジティブなコンセプトがなぜか**暗黒面でドッキング**し、このゲームを見た瞬間、獅子丸は本能的に『非常にヤバい』という感触がありましたが、いやーマジでした。電源を入れると、いきなりティラノザウルスのCGのメーカーロゴが出て、力入ってんのは分かりまっけど、あんたギャルゲーやさかい、ちったぁ雰囲気考えなはれと思ったら『**レスレスっ!!**』と力強い叫び声でタイトルが始まります。ゲームの進行は、プレイヤーが選んだキャラクターが、相手キャラに恋の告白をするためパズルで戦うという内容ですが、とにかく幾多のギャルゲーのなかで、これ程ヤバいセンスのギャルゲーが存在したでしょうか。おそらく「BOYS BE…」などを意識してキャラデザされたんでしょうが、出てくる全員がフリーキーに見える毒々、いや独特のセンスで、我々二次元野郎のマイフェイバリットゾーンを全打席敬遠されたかの様なグラフィックです。ちなみにゲームシステムはぷよぷよにそっくりというよりはまるでそのまんまで、クレジットを見るとコンパイルの名前が。大体予想はつきますが、ぷよぷよをアレンジしてオリジナルを考えていたら**結局ぷよぷよになっちゃったん**でしょう。画面構成はいわゆるアレに準拠しているのですが、画面細部をよく見ると、その一つ一つが非常に奇怪なパーツで構成されています。**首のない天使**がどんどんたまを投げ付け、優勢なプレイヤー側で死体を見つけたハゲワシのようにグルグルと上を別の天使が回り、落ちてくるたまの後ろでキャラクターが奇怪な動作をしています。女の子とかはまだマトモな

がっぷ獅子丸（がっぷししまる）
1968年生まれ。アーケード及びコンシューマの企画兼プロデューサー。手がけた作品に某業務用実写流血和風格闘ゲームなどがある。バカ雑誌のライターを兼業し、仕事との葛藤に悩むシックでメロウな30歳。

方ですが、耳クソほじるわ鉄アレイや竹刀ふりまわすわ、真剣なのかギャグなのか分かりませんでしたが、1Pゲームでは男女学生八人（うち角刈りの親父一人）のキャラからプレイヤーとなる一人を選び告白相手のキャラを選択するのですが、何故デフォルトのキャラがよりによって**角刈りの付き人親父**になってんだ！　ゲーム展開はプレイヤーキャラが相手に告白するために他キャラに勝ち進むというシステムで他のキャラクターは全てプレイヤーの行く手を遮るのですが、会話内容及びその世界観がこのゲームの制作者**独自の恋愛観**に基づいてシナリオが展開されていきます。これが又状況説明のはしょり方が分裂症的に凄まじくブツ切り状態になってます。



ゴミ箱と編みもの少女の死闘、不気味

『恋か、**何を血迷っている**』（僕）
『恋の前に**社会状況考えなさいよ！**』（相手）
『恋愛など、私には許されない：：』（僕）
『キミは僕を自信過剰と非難するのだな。**お互い様だ！**』（相手）
『馬鹿馬鹿しい、相手は子供じゃないか』（僕）
『愛に差別はない、ただあなたの方が**スゴかっただけ**』（相手）

こんな応援してんだか邪魔してんだかよく分からない異常なやりとりが続きます。この他キャラ以外にも同じデザイナーが描いたのか疑わしくなるほどかけ離れた風貌の、頑固オヤジや学校の先生、キザなサーファー男などのお邪魔キャラがいますが、猫や小鳥、背後霊などはまだセーフとしても、**なぜ電柱やゴミ箱まで**が、恋の邪魔をする!?　そうこうしてやっと相手に告白できるのかと思ったら最後に自分自身の心の葛藤との戦いです。

『いい加減素直になれ!!』（僕）
『**なせばなる！**』（心の中）

そして彼女に出あったらやっぱりそこでもバトル。そこでやっとこさ勝利してエンディングになるのですが、ゲームプレイの評価でマルチエンディングになってる他、自分のキャラの部屋で告白相手に関連するアイテムが手に入るお楽しみモードに入れるのですが、相手の**東武東上線の定期をガメっぱなしにしている**などこれもまた意味不明な展開で、これに関してエンディングも含めてやっぱりフォローはありません。このあまりにも見ていてナチュラルに歪みきったキャラクターと、無意味を通り越して禅問答のようなストーリー展開がぐちゃぐちゃに醸し出す独特の雰囲気は、なんとなく一人だけをクリアしてもその他のキャラの狂った展開が見たくてついついリトライを誘ってしまう異常な魅力に繋がっているのですが、このゲームの取説にホームページのアドレスがあって、そこをご覧になると、よりこのゲームの背景が理解できます。これについてもはや獅子丸は何も申しませんが、とにかく取説のゲーム説明で**（笑）は入れるなちゅーに。**



画：イワタカツト

Stressless Lesson れすれす (PZG)
メーカー：マックスファイブ／機種：プレイステーション
価格：￥4,980／発売日：'97年6月27日







ビーストウォーズなんて知らない、と言う人の為に…。

80年代に登場した車や飛行機がロボットに変形するＴＯＹが米国に渡り、「トランスフォーマー」と言う名前で発売され爆発的な人気を得た。同時に制作されたＴＶシリーズも好評で劇場版まで作られた程、逆輸入のかたちで日本でも放映されたので覚えている人もいると思う。その「トランスフォーマー」のリニューアル版が「ビーストウォーズ」なのである。前者が乗り物からロボットに変形するのに対し、「ビースト～」はその名のとおり動物からロボットに〝変身〟する。ＴＯＹの出来が素晴らしく、〝変身〟はもちろんのこと、各間接が可動し自由にポーズをとらせる事ができる。さらに、特筆すべきは米国で制作されたＴＶシリーズでなんとフルＣＧによるアニメーション。日本でもテレ東系で放映されたが、吹き替えが最高で伝説のＴＶ番組「モンティパイソン」を想起させる。ドラマ性も高くて一見の価値アリの秀作なのだ。



そして、ビーストウォーズがもたらしたモノとは…。

ＴＶが面白くてキャラクターに惚れ込んだりすると、そのキャラのＴＯＹが欲しくなるもの。実際にビーストウォーズのＴＯＹは日本でも米国でも大人気で、オモチャ屋の店頭に並ぶと瞬く間に売れてしまうと言う。当たり前だが買っていくのは子供達で、変なハナシ「超ヤバなカンジーの激レアスポーン」なんかより遥かにお目にかかれないような状況だ。まあ、近頃のアダルト層のＴＯＹブームで「お金を使う」収集品的な扱いになってしまったオモチャに比べて、本来のオモチャの在り方をしめしたと言えるが、日本で発売されて無い輸入版のビーストウォーズは、信じられない値がついて売ってたりする。仕方無いんだろうけど…。

大好評連載　カズマデラックス第7回!!



金子一馬：（株）アトラス第一開発部開発課課長　グラフィッカーとしてアトラスに入社後、女神転生シリーズのビジュアルデザインを手掛ける。その独特の個性はシリーズの世界観に欠かせないモノで、多くのファンを魅了している。新作「デビルサマナー　ソウルハッカーズ」が発売中。

パソゲー伝道師 スタパ斎藤の 計算機ノススメ



メディアとメディアがつながるつながる!!

俺の場合、最近非常に嬉しいのが、いろんなモノがコンピュータとコミュニケーションできるようになりつつあることだ。例えば、以前は電子メールはコンピュータだけの得意技だったが、最近では、ポケベルやPHSや携帯電話、それからワープロでも、電子メールが使えるようになってきた。あるいは、コンピュータにつながる装置が増えた。例えば、ソニーの新型MDデッキのMDS−PC1は、コンピュータから各種操作ができて、曲名やディスクタイトルをコンピュータのキーボードで入力したりできる。他にも、コンピュータ用のメモリカード(PCカード)が使えるカーナビなんてのも出た。

この、いろいろな装置がコンピュータに接続できるようになったということは、ヒッジョーにドえらいことだ。え? ただコンピュータが普及してきただけでしょって!? 違う!! 全然違う!! 違い過ぎて目から耳毛が生えそうだ!!

確かに、いろんな人がコンピュータを使うようになったから、コンピュータとつながれば便利だろうというコトで、いろんな装置がコンピュータとコミュニケーションを取れるようになったという言い方もある。コンピュータがビデオデッキとかラジオとかテレビとか、そういう装置と同じタイプのモノだったら、「ただつながるだけ」の状況だ。が、コンピュータは他の装置とは違った存在なのだ。

どう違うのかと言えば、他の多くの装置が特定の目的のためだけに存在するのに対し、コンピュータには特定の目的はない。裏を返せば、コンピュータはあらゆる目的をこなせるような柔軟な装置なのだ。ソフトや追加ハード次第で、ビデオデッキにもなるしラジオにもなるしテレビにもなる。他の装置類が特定の目的を達成するためのツールならば、コンピュータは「特定の目的を達成するためのツール」を作ることができるツールなのだ。すなわち、ツールを形作るためのツール!! 道具の親玉みたいなモンなのだ。これを称して、メタツールと言う。

で、メタツールたるコンピュータといろんな装置がつながることが、どーゆーことかと言えばすなわち!! 数々の装置がコンピュータと融合し、さらには数々の装置が一心同体となるのだ!! で、多くの装置が一心同体的融合をすると、ドえらいことが起きる!!

例えば、これまで「ビデオはビデオ、電話は電話」みたいに、メディアとメディアに垣根があったのだが、これが取り払われるのだ。「ビデオと電話とファックスは同じだ」みたいな時代になるかもしれない!! さらには「ウォークマンに電子メールとゲームソフトを送信しておいた」みたいな、なんつーか全メディアが融合してわけのわからねえ時代が来たりする!! まあ、そうなるまでには、まだまだ時間がかかるが、いずれそんな感じになり、コンピュータが中心の世界になるので、それに備えて今すぐコンピュータを買おう!!

第3回 **ポリゴンキャラは電気羊の夢をはっきりと見やがった!**



PREACHER

SFのバイブルがリアルリアル!!

最近はなんか、ポリゴンな人たちが登場して人間っぽく動いたりするアドベンチャーゲームやアクションゲームが主流っぽいが、俺はあれらのゲームにイマイチなじめない。というのも、ああいった中途半端なリアルさからは、逆に全然リアルさを感じないからだ。例えば『バーチャファイター』は俺にとって衝撃的なほどリアルだった。画面上のポリゴン人形がブン殴られた時に、自らその痛みを感じてしまうほどのリアルさを味わった。でも、大ヒットの後、他のメーカーも似たようなのを出し、さらに『バーチャファイター』も続作がドシドシ出たりした頃には、俺にとってのリアルさがどんどん薄くなった。

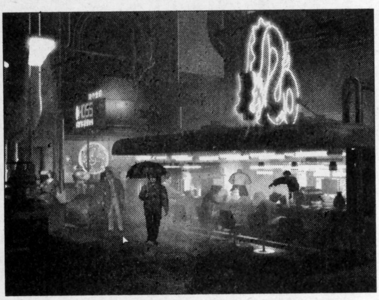
新しく出てくる『バーチャ』風3Dポリゴン人形ゲームは、なまじポリゴン人形が本物っぽく表現されているため、違和感を感じる。初代『バーチャ』の頃は、俺の脳内であの角張った人々を「生身だと思おうとする意識」が働き、リアルな格闘家に見えた。が、最近のポリゴン人形ゲームは、そういう努力が不要になるように絵的なリアルさを出しているので、画面の映像を脳がそのまま受け止め、現実の人間と比較し、「蝋人形みたいですな」という結論を出してしまうのだ。だから俺は、最近のポリゴン人形ゲーを楽しめない。と思っていたのだが、『ブレードランナー』というゲームをプレイしたら、その考えが変わった。すげえよポリゴン人形ゲーム!! すっげえリアルだよまいったよ!! という感じになった。

『ブレードランナー』は十数年前に作られた、現代SF映画の金字塔であり最高峰であり、いまだかつてそれを超えるドすげェ映画は出現しておらず、現在においてもSF映画野郎のバイブル的存在である。で、コレがゲーム化された。で、試しにやってみたら、コンピュータの画面上にそのまんまあの素晴らしい映画のイメージが蘇ったのだ!! ゲームの内容は、主人公となって悪のアンドロイドをブッ壊すという、ポリゴン人形系3Dアクション&アドベンチャーという感じだが、そういうことよりもむしろ、ありがちなポリゴン人形系ゲームなのに、そこには圧倒的なリアル感と生々しさがあるからドすげェ!!

もちろん「映画という強力なイメージのバックボーンがあるからリアルに見える」という効果もある。しかし、俺としては「バイブル的映画だから表現の手抜きができない」という意識を持って、作り手が思いっきりこだわって作ったのだと思えてならない。映画の『ブレードランナー』を何十回も観ている俺が納得するリアルさなのだから、これはまったく大したモンだ。作り方次第でポリゴン人形系ゲームは凄まじい表現力を持つのだ。



映画の雰囲気を忠実に再現「ブレードランナー」。



ただし、英語が分からないとつらいですが……。

PROFILE

スタパ斎藤
(すたぱ・さいとう)

職業衝動買い技術者。副業はゲーマー。趣味は原稿執筆。最近ではソニーの新型MDデッキを購入し、コンピュータから制御し、おもしろおかしいMDライフを送っているという。

ブレードランナー (AVG) メーカー:エレクトロニック・アーツ/機種:WIN95/価格:¥7,800/発売日:'98年3月13日

KOJIMA CINEMA



第8幕「スターシップ・トゥルーパーズ」

コジマシネマ開演の挨拶

今年に入ってから、忙しくて映画を観る時間が取れませんでしたが、この連載を口実に、なんとか4本ばかり観ることが出来ました。そんな映画枯渇状態での今回のコジマシネマのセレクトは、ロバート・A・ハインライン原作、ポール・バーホーベン監督作品「スターシップ・トゥルーパーズ」です。

スターシップ・トゥルーパーズ、銀座で観る

スターシップ・トゥルーパーズ、銀座の試写会で観ました。

原作である「宇宙の戦士」と言えば、なんといっても「パワード・スーツ」！ その手のファンには最も重要な要素が今回、欠落しているという危惧と、バーホーベンが撮るという事でほとんど期待していなかったのですが、これが大当たり！ 理屈抜きに面白かったです。バーホーベンらしさがいい具合に作用した、最近のハリウッド映画にはない'70年代SFを彷彿させるエンターテイメント映画です。

僕らの世代の原点であるハインラインの「宇宙の戦士」

ハインライン原作の「宇宙の戦士」は、僕らの世代に大きな影響を与えてくれました。高校生の頃、「宇宙の戦士」を読んだ時のインパクトは今なお鮮明に覚えています。原作の素晴らしさもさることながら、なんといってもスタジオぬえ（当時）の表紙、挿し絵、見開きカラーイラストが衝撃的でした（現在発刊されているものは新装版で表紙が加藤直之氏クレジットのものに変わっています）。とりわけハワードスーツのデザインは画期的でした。ロボットではなく、あくまでもスーツ（強化服）という認識（設定）に初めて遭遇した作品でもあります。

早川SFはブックアートを生んだ

当時の僕は早川SFマニアで、一時期は貪るように読んでいました。あの頃、大人向けのSFといえば、創元推理か早川しかありませんでした。とりわけ早川SF文庫が特出していたのはプラモデルで言うところのボックスアートならぬ、ブックアートをいち早く取り入れていた事です。小説という文字メディアにビジュアルを取り入れた画期的な戦略だったと思います。まんまと僕はそれにはまってしまった訳です。今思えば、豪華なメンバー（なんと松本零士、石ノ森章太郎、モンキーパンチといった人気漫画家を起用していた）が挿し絵を描いていたと思います。僕が早川SFを読むきっかけとなったのはアンドレ・ノートン女史の「大宇宙の墓場」というSFです。それも表紙を松本零士さんが描いていたからです。誰が表紙や挿し絵を描くかで発行部数が大きく左右される、そんな時代だったと思います。その黄金期にあって、「宇宙の戦士」は活字とSFには不可欠であるビジュアルが見事に相乗効果を発揮した成功例であると言えます。

意外にも原作に忠実

原作を読んだのが20年くらい前になるので、あまりはっきりと覚えていませんが、意外に意外、この映画、原作に忠実でした。ジョニー、カルメン、カールの3人を中心に、訓練や戦場を経て、大人へと成長していく過程を「これがバーホーベンか！」と疑うばかりに爽やかに描いています。バーホーベン特有のユーモアが過度に加えられていますが、まさに「宇宙の戦士」である事には違いありま

「宇宙の戦士」（早川文庫）
SFの大家、ロバート・A・ハインラインの'59年度発表作品。平凡な一青年が一流の兵士へと成長を遂げる過程が描かれたヒューゴー賞受賞の名作である。本作品に登場する強化防護服（パワードスーツ）が「機動戦士ガンダム」のモデルとなったことはあまりにも有名。

せん。3人の成長を軸とした青春自立映画なのです。また原作では男性であったデイジーというキャラが、映画では女性に変更され、より魅力的に付加されています。個人的にはこのキャラが凄くよかったです。女兵士でありながら、密かにジョニーを思い続け、戦場の彼を追う。女性の強さと弱さ（恥じらい）のどちらも併せ持つ、ビビッドなキャラでした。「メタルギア」のメリルにイメージがダブりました。お話的にも、映画的な見せ場が挿入されていましたが、2時間8分の中に上手くまとまっていたと思います。

ゲロゲロ表現は今回も満載！

さすがバーホーベン監督、これほどの大予算映画でもいつものゲロゲロ表現が満載でした。カメラに向かって嘔吐する美女。巨大ゴキブリを踏みつぶす子供たち。昆虫解剖シーンの執拗なネバネバ感。さすが「危険な愛」の中でルトガー・ハウアーに汚物を掴ませた奇才バーホーベン監督です。そして「CNNの映像のような美化した戦争は表現していない」と本人が言い切るくらい、殺戮シーンは臨界点を超えています。累々と横たわる分断された死体。情け容赦なくすっ飛ぶ首、千切れ飛ぶ手足、飛び散る内臓……。

「ロボコップ」や「トータル・リコール」でもそうであったように、普通の監督であればカメラを背けるようなシーケンスにあえて接写を試みる、特に人間の顔を壊すシーン（ダミーヘッドを使った）が目立ちました。また、男女が恥じらう事なく全裸になるシャワーシーンなど、他の監督ではありえない演出が見物です。



機動歩兵とバグズの壮絶な戦闘シーンが圧巻。正に戦争映画だ。 ©Touchistone Pictures,Inc and Tri-star Pictures,Inc

CGとストップモーションの融合

それにしても、虫（バグズ）の大群のCGは凄いです。見渡す限り、虫、虫、虫……「大地を埋め尽くす！」という言葉をそのままビジュアル化したといえます。その数といったら尋常ではありません。まさに「黒い絨毯」のエイリアン版です。昆虫恐怖症の方にはお勧めできません。

バグの動きもフィル・ティペット（クリーチャー視覚効果担当）のストップ・モーションの味がほのかに反映されていて好感が持てます。特にバグと人間の絡みのシーンでは、モーションキャプチャーとは違ったストップモーションらしい動きが新鮮に感じられました。バーホーベン監督の狙い通り、レイ・ハリーハウゼン的な手作り感、懐古感がここにも上手く出ています。

モーションキャプチャーに関して

「トゥルーパーズ」のバグズの動きは、模型をコマずつ動かしていく、モーション・インプット方式で作られています。ストップモーションでのノウハウとセンスがそのままデジタルに活かされている訳です。

最近の映画、ゲームはほとんどがモーションキャプチャーを使っています。「メタルギア」においても当初はキャプチャーを使う予定でした。コナミには専用スタジオがあるので、実験も行いました。しかし、アクターの動き、性格、人生がそのままデータに反映されてしまうため、断念する事にしました。スポーツもののようなタイトルであれば問題はないのでしょうが、スネークという空想の人物の動きを魅力的に作り出すには、ある程度デフォルメした動きが必要です。そのため、アニメーターに2Dアニメーションのセンスを活かして、手打ちモーションを作ってもらいました。彼らはよりリアルな架空の動きを作り、スネークという人格を動きで表現してくれました。大変でしたが、これはこれで一つの方向性だと思っています。

「スターシップ・トゥルーパーズ」
STARSHIP TROOPERS
主演、キャスパー・ヴァン・ディーン。監督、ポール・バーホーベン。'98年ゴールデンウィーク公開
ハイスクールを卒業したジョニー・リコは、恋人の気を引くために軽い気持ちで地球連邦軍に志願。機動歩兵隊に配属された彼は、やがて銀河の彼方の戦地に着任する。そこで彼ら機動歩兵隊を待っていたのは、残虐極まりない昆虫型エイリアン「バグズ」の群であった…。

小島秀夫（こじま・ひでお）……株式会社コナミコンピュータエンタテイメントジャパン取締役。「スナッチャー」「ポリスノーツ」など、独特な世界観を持つゲームデザイナー。現在「メタルギアソリッド」を鋭意制作中。ゲーム業界屈指の映画通としても知られる。



2月某日

「巨人のドシン」のミニマム・バージョンというものを制作している。ゲームに登場する最小限の要素が統合されたものだ。このバージョンが完成すれば、おぼろげだった作品のイメージがかなり明確になるだろう。各パートの作業が着々と進行する中、今日は音楽があがってきた。

「巨人のドシン」では基本的にＢＧＭを使わないつもりだ。音楽はゲームの世界の中で実際に演奏される。ゲームの音楽はどこから聞こえてくるのだろう？　という疑問に対するひとつの回答だ。あがってきた音楽を聴く。最初はきょとんとして次の瞬間大笑い。浅野さんしか作ることが出来ないオリジナルな音楽。大満足。

2月某日

石川県の金沢で「eAT'98KANAZAWA」というエレクトロニックアートイベントがあり、初日の基調講演に任天堂の宮本茂さんが出演した。東京では宮本さんの講演を聴く機会が殆どないので、観光がてら金沢まで行ってきた。講演の内容は素晴らしく、改めて宮本さんの凄味を感じた。「テレビゲームとは触ることが出来る映像」であるという発言に大共感。制作中の「ゼルダの伝説」のビデオ映像も公開され、圧倒されてしまった。果たして「ゼルダ」は「ブラックジャック」（手塚治虫のマンガ）になることが出来るか？　僕はその可能性アリだと思う。

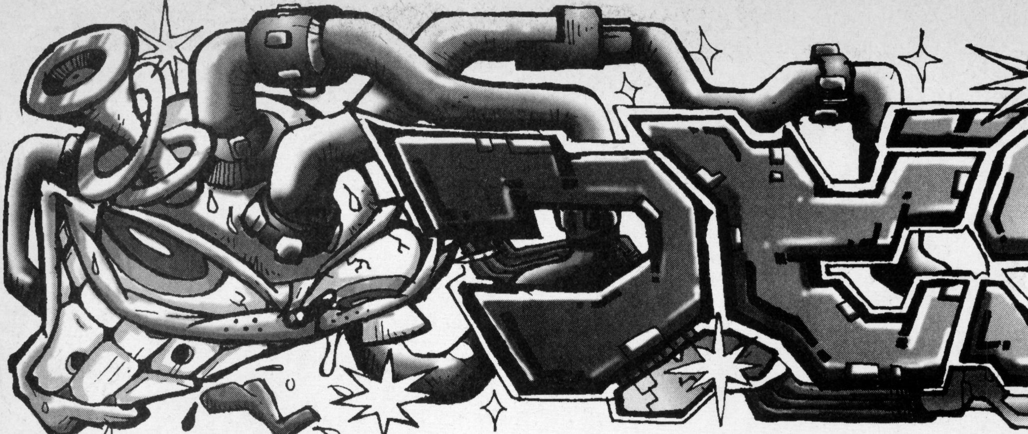
翌日は観光。冬の金沢を一人歩くのも渋くていいじゃん、なんて思っていたのだが、天気がとても良く期待していた雪景色ではなかった。兼六園という公園に行ってみると、カップルや団体客が多く、一人で来ているのは僕だけ。さ、さびしい。時折、「写真とってもらえませんかー？」とカメラを手渡されシャッターを押す。この寂しさ、この希薄な他者との触れ合い。これは「巨人のドシン」のテーマのひとつでもあるし、有益だった。

3月某日

八王子の日本工学院で講演。「オリジナルの消失」「開かれた美術」を経て「テレビゲーム」へという流れと「個体発生は系統進化を模倣する」という２つの話。美術の歴史の中にはビジュアルアートとしてのテレビゲームの未来の姿が示唆されている。



Title:IMAI TOONS　Illustration:KAZUTOSHI IIDA



わびん日記 ⑨

飯田和敏

1月某日

記録的な大雪の日。とにかくもの凄い雪で電車がまともに動いていない。そんな中をお出かけ。横浜美術館でアメリカの美術作家ルイーズ・ブルジョワの展覧会（www.art-museum.city-.yokohama.jp/ ）を見る。'60年代には理知的だった作風が個人的な経験をモチーフにしていくことで、次第に陰惨なものに変化していく。そのプロセスがおもしろい。外に出るとやっぱり大雪がすごい。時折突風が吹いてきて、体ごと飛ばされそうになる。

2月某日

仕事場の引越し。ゴミ捨てゴミ捨てゴミ捨てゴミ捨て。嫌になるほど大量のごみが出る。引越しの度に「もうモノを増やすのやめよう」と思うけどきっとダメだろう。

2月某日

新しい仕事場もようやく落ち着いて仕事を再開！　とはりきっていたらゴホッゴホッ。風邪？　インフルエンザ？　とにかく流行りものに弱い。

2月某日

今度の仕事場のウリはインターネット専用線が引かれていること。まるで、図書館の中にいるみたいだ。すぐWEBで調べものが出来て便利。「Diablo」や「Quake」にはまらないようにしなくちゃ。仕事が進まなくなっちゃうから。ＰＣゲームといえば、カーアクションゲーム「G.T.A」がおもしろい。あまりのアンモラルさにブラジルでは発売禁止だって。「Age of empire」もいい。歴史のリアリティを感じることが出来る。

2月某日

インターネットマガジン『ＨＯＴＷＩＲＥＤ』（http://www.hotwired.co.jp/）に「ゲーム業界に生きる」というコラムを寄稿した。コラムの中でいくつかのウェブサイトを紹介するという内容。文章中から紹介しているサイトに直接リンクされている。そこで「岡田斗司夫の週刊おたくWEEKLY」に連載されているコラム「くそゲーハンター」を以下のように取り上げた。

クソゲー非難ページは数あれど、「くそゲーハンター」は強烈だ。筋も通っているし文章もおもしろい。感情垂れ流しのレビューを読むよりは全然芸がある。ただ、矛先がこちらに向けられた時を考えると恐ろしくなる。

そしたら最新号で、先月本誌に柴田賀盆と僕が書いた「エアーズアドベンチャー」自己批評がネタにされ、僕の「赤点をつける奴とは友達になれない」という個所に対して「だから飯田さん、友達少な（以下検閲でんな…）」というコメントが。個人的にはむかついちゃうけど、文中でほのめかされた不安感がリンク先にジャンプすると現実のものになっているという、インターネットならではのちょっとおもしろい現象が起こった。

飯田和敏（いいだ・かずとし）
ゲーム作家。代表作は「アクアノートの休日」「太陽のしっぽ」（アートディンク）。好きなゲームは「ゼビウス」「マザー」「テトリス」。現在は、64DD「巨人のドシン」を制作中。度重なるDD発売延期の報せにやきもきする日々。

中古ソフト販売は悪か？

「違法」、「撲滅」というメーカー側の声が高まり、現在中古ソフト販売を取りまく状況は厳しい。中古ソフトは本当に悪なのか。中古問題の本質に迫る。

「〜ゲームソフトの無断許諾販売が、メーカーを苦しめています。〜ゲームソフトメーカーはソフトウェアの無断複製、中古売買は一切許可していません。〜」

最近になって、上記のような意見広告が「NO RESALE」のロゴとともに新聞一面に掲載された。ゲームソフトメーカー約200社で構成される業界団体、社団法人コンピュータエンターテインメントソフトウェア協会（CESA）等が展開する「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」の活動の一つである。これまでにも、パッケージの裏に「中古販売を許可していません」と表記されたソフトを見ることはできたが、今回のように広く社会に中古問題を問うたことは、今までになかったのではないだろうか。

メーカー側のこうした動きに対し、流通側であるゲームソフト専門店の業界団体、テレビゲームソフトウェア流通協会（ARTS）が「キャンペーン」に反対する立場から「中古ソフトがなくなって、本当ですか？」という広告をゲーム雑誌等に掲載。また中古ソフト販売を取り上げる記事等も目立つようになっている。

テレビゲーム業界の発展と共に商慣行として定着してきたかに思われる中古ソフト販売。何故いまになってその是非が問われようとしているのか。

改めて考えてみると、私たちユーザーがそういった問題について知っていることは少ない。前述したCESAの「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」、公正取引委員会によるSCEへの排除勧告など中古ソフト販売をめぐる現状や、その背景にある法律問題。私たちはゲームを遊ぶ当事者として、よく考えるべきだろう。

中古ソフト販売は何が問題なのだろうか？　はたして悪なのだろうか？

検証1

中古ソフト販売、その現状

中古ソフト販売をめぐって、メーカーと販売店の対立する状況が続く。またSCEに排除勧告がなされたことも記憶に新しい。それぞれの主張を聞いた。

対立深まるゲーム業界団体

中古ソフト問題を巡るゲームメーカーと流通サイドの対立は、本誌17号でも報じた通り。'96年5月、福島県のテレビゲーム専門店を相手取った大手ゲームメーカー3社による中古販売の中止を求める仮処分申請は、12月にメーカー側が申請を取り下げる形で一応の決着をみた。その後、ゲームソフトメーカーの業界団体である社団法人コンピュータエンターテインメントソフトウェア協会（以下CESA）と、ゲーム専門店の団体であるテレビゲームソフトウェア流通協会（以下ARTS）との間で、中古ソフト問題についての交渉がおこなわれることとなった。しかし、当初から存在した両者の認識の大きな差はその場で埋められることはなかった。

「ゲームには著作権上の頒布権があり、中古ソフトの販売の許諾をおこなう権利もそのメーカーにある」という認識を持つCESAは、現在おこなわれている中古ゲームソフトの販売はメーカーからの許諾を得ておらず違法であり、またこの無許諾の中古ソフト販売によって、新品ソフトの販売機会が失われていると繰り返し述べている。

一方、ARTS側は「ゲームには頒布権はない」という考えを持ち、また本音の部分では、頒布権を認めることで、メーカーに販売店の生殺与奪の権利をにぎられてしまうのは絶対に避けたいところろ。結果的に5月、7月の2度にわたる交渉においても両者はその接点を見いだすことができなかったのである。

中古ソフトの撲滅にむけ、キャンペーン実施

そして年が明けた'98年1月14日、CESAは社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会（ACCS）、社団法人日本パーソナルコンピュータソフトウェア協会（パソ協）と共同で、「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」を6月末までの半年間、実施すると発表した。このキャンペーンの一つの狙いは、以前から繰り返してきた中古ソフトについての主張を新聞広告やシンポジウムなどを通しておこなうことで、中古ソフトの問題を広く社会に訴えかけようとするところにあった。

こうした動きに対し、販売店側も即座に反応した。ARTSは「キャンペーン」実施の会見がお



このマークは、無許諾でのゲームソフトの中古売買を禁止するマークです。

「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」のシンボルマーク。

こなわれた同じ14日、即座に「キャンペーン」に対する見解を発表した。問題の焦点である頒布権についてはこれまでと同様、これを認めないことを改めて表明。また前年7月に発表されたCESAゲーム白書における中古販売の被害額算定（総額約3000億円）についてその解釈の仕方に問題があると主張。「中古販売本数分の新品が売れるということは当然考えられません。また仮に売れるとしても、その中古タイトルの新品が手にはいるのか、という供給面での問題があります」。また「古いゲームを売って、新品を買うというユーザーの購買サイクルを考慮していません。これ以上根拠のない数字と理屈でテレビゲーム専門店をいじめるのは止めてもらいたいという気持ちでいっぱいです」（ARTS）。ARTSはこの被害額算定の件に関して、独自に調査をおこない、また第三者を含めた再調査をCESAに要請している。

中古ソフト販売のルールを提案

そして1月29日、今春から中古ソフト販売の売上の1%を「二次使用料」として積み立てを開始することをARTSが発表した。ARTS自体も、ゲームソフトの制作者であるソフトメーカーに利益還元のない現在の中古ソフト販売の状況には問題があるという認識を持っており、中古ソフト販売のルールとして「二次使用料」の提案をおこなったのである。

しかし、こうした提案を受けてもCESA側の主張は変わらない。CESAとしてはまず、ゲームソフトに頒布権があるというところから話を始めるべきであり、二次使用料といった話はその次にくるべきところである、と考えている。「そうした問題が解決されていない現在の中古ソフト販売は絶対に認められない」というのが現在でも変わらないCESAの主張である。現在、メーカー側、流通側との間での交渉はおこなわれていない。現状は、来年早々に始まるといわれている著作権法改正を睨んだ、綱引きがおこなわれている状況だといえる。

公正取引委員会、SCEへ排除勧告

SCEの流通政策、独占禁止法に違反

'96年5月9日、公正取引委員会（以下、公取委）は株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント（以下、SCE）本社、関連会社など数十カ所に対する立入検査をおこなった。その検査の結果を受けて、'98年1月20日、公取委は独占禁止法違反で、SCEに対し排除勧告をおこなった。

公取委によれば、SCEは全国の小売業者に対し、直接または卸売業者を通じて、

①PSソフトをメーカー希望小売価格で販売するように指示（販売価格の拘束）

②PSソフトの中古品の取扱いを制限

③PSハード、PSソフトの横流しの禁止（卸売り販売の制限）

の3点を要請し、これを守らない小売店には出荷を停止する等の処置をおこなっていたという。

SCEの上記の行為が独占禁止法第19条の不公正な取引方法にあたると公取委は判断。それが今回の排除勧告へとつながった。

この勧告の内容について、SCEコーポレート・コミュニケーション本部広報部課長、福永憲一氏は「1年以上も調査に協力してきましたが、SCEの販売政策が理解されず、非常に遺憾です」と語る。販売価格を拘束したという疑いに対しては、「そうしたことは全くおこなっておりません。ただ



販売店さんには適正な利益をのせて儲けてくださいとはお話はしたことはありません」(福永氏)

またPSハード、PSソフトの横流しの禁止については、小売店との契約書にも掲載されている事実だが、合理的な理由があると福永氏は言う。「SCEの流通は需要供給のバランスを狙うリピートビジネスです。このユーザーの手元にちゃんと届くように、また販売店も過剰な在庫を持つ必要のないようにみんなにメリットをもたらすシステムは、販売店からも実需に基づく注文をいただくことにより、正しい市場動向を把握しないと成り立たないのです」。SCEは排除勧告の出された翌1月21日に「違法行為の事実はない」とこれに応じない姿勢を示し、この問題は審判(行政上の準裁判)へと持ち込まれることになった。

さて、中古ソフト問題が一般の新聞やテレビに取り上げられるほどに世間の注目を集めている現在、SCEがPSソフトの中古品の取り扱いを制限していたという点が公取委の勧告を受けたことに関心が集まっている。

これに関し、福永氏は「中古ビジネスをサポートしませんという立場は表明していますし、当社がそういった考えを持っている、というお話を販売店側にしたことはあります。しかし中古品の取り扱いを制限した事実はありませんし、扱っている中古店に差別的な措置をしたこともありません」と語る。

今回のSCEに対する公取委の勧告は、中古ソフト問題に対し行政側の判断が下されたということではない。公正取引委員会の小畑徳彦氏は今回の勧告について「中古ソフトの取り扱いの制限が、著作権を持つSCEの自社製品だけでなく、著作権を持たない他のPSソフトにまで及んでいることが問題となる」と語る。「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」を実施するCESA、ACCS、パソ協の三団体も「今回の勧告は流通業者としてのSCEに対する勧告であり、著作権者であるソフトメーカーによる中古販売の禁止行為について判断されたものではない」との見解を発表した。

だがSCEは、今回の公取委の排除勧告とそれに続く審判の場において、この中古ソフト問題を一つの争点として掲げていく姿勢を見せた。ゲームソフトの著作権保護のために中古ソフトを支持しないという方針が独占禁止法違反とされるのであれば、著作権法上違法な中古販売が是認推奨されることになるとSCEは主張している。3月13日に公取委でおこなわれた第一回の審判においても、SCE側代理人は、SCEがおこなったとされる様々な違反事項に対しそれぞれ反論すると述べた上で、公取委に対し中古品の取り扱いを制限する条件をつけることが、なぜ不公正な取引方法に当たるのかを明らかにしてほしいという旨を公取委側に伝えた。特に中古問題に関しては徹底抗戦の構えだといえる。

これを、中古ソフト問題を利用した論点のすり替えと見る向きもあるが、社会的に注目の高い問題だけに中古ソフト問題に関する広い論議を呼ぶ一つのきっかけになることは間違いないだろう。

中古問題に関する時事年表

'84年9月28日
「パックマン訴訟」著作者に無断で複製のゲーム機を設置したことへの訴訟事件。メーカー側の勝訴。

'94年1月31日
「パックマンフリーソフト事件」技術評論社が書籍の付録にパックマンの複製ソフトをつけて販売したとナムコ側が訴え勝訴。

'96年5月9日
公取委が独禁法違反容疑でSCEの本社他、数十カ所に立入調査。

'96年5月22日
カプコン他3社が仙台のゲーム専門店に中古販売中止の仮処分を申請。ARTSが店舗側を支援。メーカー側が申請を取り下げ決着。

'96年12月20日
ベルヌ条約改正。WIPO著作権条約が締結される。

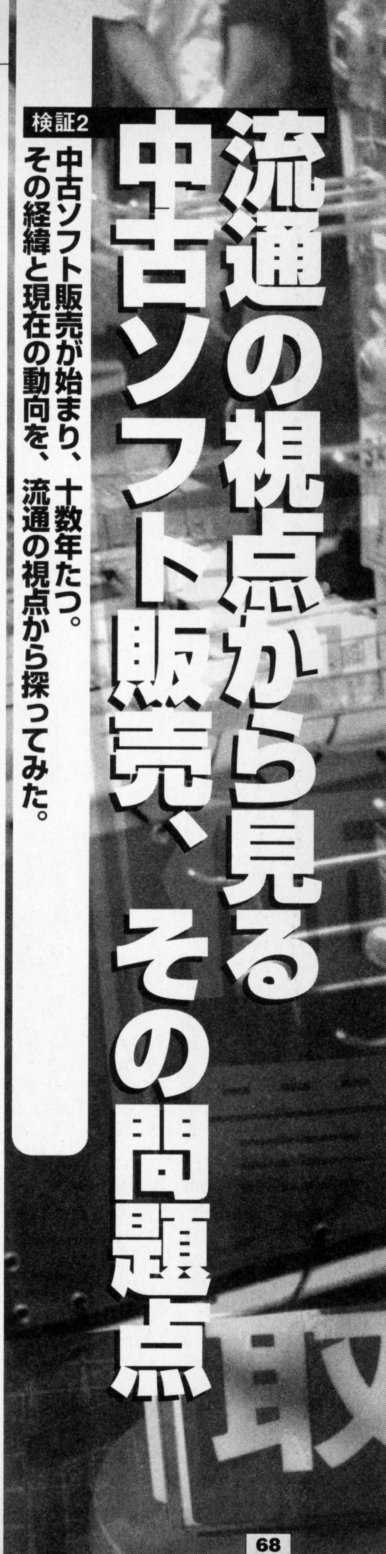
'97年6月3日
CESAとARTSの1回目の交渉がおこなわれる。

'97年7月9日
CESAとARTSの2回目の交渉がおこなわれる。

'98年1月14日
「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」開始。

'98年1月20日
公取委によるSCEへの勧告。

'98年1月29日
ARTS「二次使用料」の積み立てを発表。



検証2

流通の視点から見る中古ソフト販売、その問題点

中古ソフト販売が始まり、十数年たつ。その経緯と現在の動向を、流通の視点から探ってみた。

中古ソフト販売の定着、そしてリピートビジネスへ

ファミリーコンピュータと共に登場した家庭用ゲーム市場。それと共に自然発生的に始まった中古ソフト販売は、業界全体が右上がりの成長を続けていく中で、問われるべき問題を残しながら一つの流通の形として定着していった。この背景には何があったのだろうか。

ファミコン、スーパーファミコンで使用されたROMカセットはそのもの自体が高価格であり、また生産から販売まで約2カ月を必要とした。人気作品ともなるとすぐに品薄になり、新品がなかなか入荷されない事が続く。価格、そしてリピートに時間がかかるというROMならではの特性が、メーカー、問屋を介さないため手に入りやすく、比較的安価な中古ソフト販売を育てていったのである。

そして、時は新世代機登場前夜へと移る。FC、SFCの流通を任天堂の親睦団体である問屋組織「初心会」が一手に握っていたことは周知の事実だが、SFCの末期、その独占状態の弊害は思った以上に大きくなっていた。初心会内でのダンピング（投げ売り）合戦、問屋間の転売等が恒常的に起こり、市場の需要を見極めずに商品が市場に流れ出た。これにより極端な商品不足や、初心会の過剰な商品の入れ込みから価格の下落を招き、販売店は疲弊していた。

ソニーはゲーム業界に参入するに当たり、この初心会流通の欠点の解消をまず目指した。ソフトの価格の下落を防ぐために販売店と直販体制を整えて需給バランスを取り、ROMカセットでなく生産の早いCD-ROMを採用した。そして初回出荷を少な目に抑え追加発注を中心とするリピートビジネスという方針を打ち出したのである。だが、これにより中古ソフト販売を黙認することは非常に難しくなった。1週間でリピートできるCD-ROMでは中古品と新品が同じ棚に並んでしまい競合してしまうからだ。SCEは中古ソフ



ト販売を支持しないと言う方針を販売店に伝達。販売店は、ソフトの価格の下落を防ぐリピートビジネスは確実な実需があると判断し、これを歓迎したのである。

販売店に危機感を抱かせる現在の流通

しかしこうしたSCEの流通政策にもかげりが見え始めた。PS新作ソフトの粗利は25%、4本に1本売れ残れば利益はない。PSソフトのシェアが拡大し、販売店のPSへの依存度がますます高くなる中、不況による消費者の購買意欲の減退や過剰なタイトル数などが原因となり、新品販売のみでは販売店の利益は思うようにあがらなくなっていった。もはや粗利の高い中古を扱わないことは専門店にとって経営的に厳しく、中古を支持しないというSCEの流通政策に賛同することへの限界を販売店側は感じ始めていた。

その象徴的な出来事が、'98年2月14日の大手テレビゲーム専門チェーン「カメレオンクラブ」のPSソフトの中古販売の開始である。同チェーンを運営する「上昇」は、ソニーの中古政策に協力的な「テレビゲームストア協会」の一員であった。結局、「上昇」のPS中古開始という出来事をきっかけに、同協会は同日解散するに至る。上昇の商品部部長加藤一郎氏は「現在のようにPSソフトが軒並み値引き販売され、またハードの値段を下げられれば、量販店はともかくゲーム専門店ではやってはいけない。そうした危機感から利益率の高い中古を始めたのです」と語る。中古ソフト販売に対するユーザーの反響は非常に大きかったようで、同チェーン店へのお客の来店数は普段の1・5倍増加。「嬉しかったのは、中古ソフト販売を始めて、お子さんがたくさんお見えになられたことです。ゲームはまだまだ高価な物ですが、安価な中古であれば子供達にも買いやすいですし、ユーザーの増加にも繋がります」（上昇 加藤氏）。

販売店がますます中古ソフトへの依存を強めようとするなか、逆にメーカー側は、中古抑制のための流通政策に乗り出そうとしている。SCEは中古ソフトの購入層を睨んで、PSザ・ベストのタイトル増加とそのサイクルの高速化をはかる予定ともいう。また、大手パブリッシャー、エニックスは、来春4月から自社流通に切り替える予定だが、その販売店契約のなかにはエニックスのソフトの中古販売停止を求める条項が入っている。

またこれに関連して、販売店の経営を圧迫する不良在庫を減らす為の方策もとられる。SCEは、一部タイトルの在庫買い取りをおこない、3月中にはそのタイトル数を増やして2回目を実施予定だ。また、ソフト発売2カ月前に一括して受けていた初回注文数を4月から10日前に行えるようにする。直販を始めるエニックスの場合は、同社の旧作ソフトの一部（売上の3%）と新作ソフトを交換する制度を設けている。販売店の買い取りが原則のゲームソフトにおいて、SCE、エニックスともある種の返品制度を採用したことは、新しい業界の流れにつながる動きかもしれない。

中古ソフト流通にたずさわる販売店の声
（編集部アンケート調査結果）

●PSソフトの中古を扱うことでSCEより販促物がこなくなった。（ファミコンショップ桃太郎町屋店他多数）

●中古ソフトを扱わないとお店をやっていけない。（販売店A）

●中古買い取りをしなくなってから子供達は新品ソフトを買えなくなった。（チェーン店A）

●新品ソフトの返品制度を求める。（販売店B）

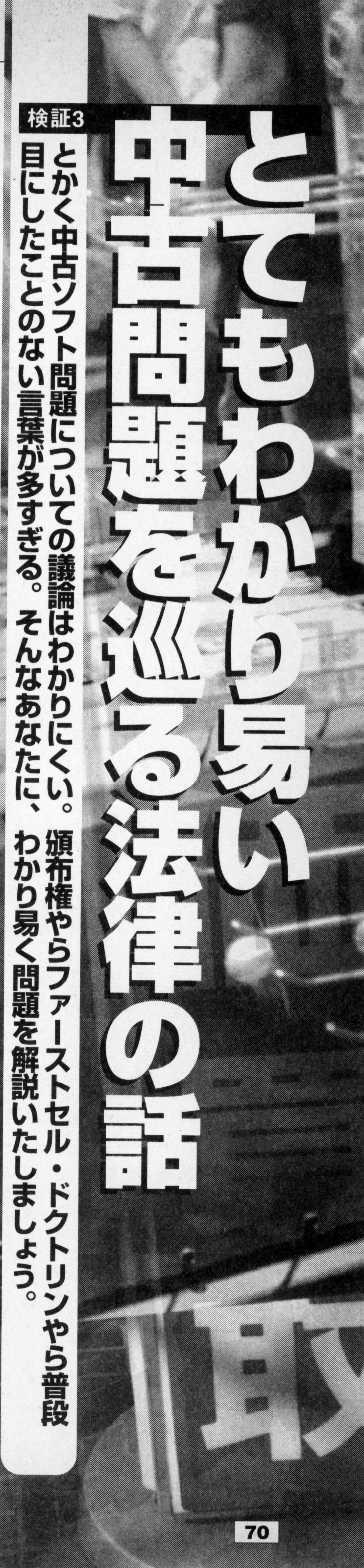
●PSソフトは注文数の10%位しかこない。某人気ソフトは他のソフトと抱き合わせだった。（Mージャングル亀戸店）

●つまらなければ売ればいいという安心感があればこそ、ソフトを買うときに多少冒険できる。（チェーン店B）

●中古販売はリサイクルショップとしての地域貢献に役立っていると思う。（チェーン店C）

●PSソフトの中古を扱うことで問屋から新品がこなくなった。（おもしろランドキャンプ 中野店）

●「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」は、開発から販売に至る業界全体の健全な発展のために不可欠だと思う。（チェーン店D）



検証3

とてもわかり易い中古問題を巡る法律の話

とかく中古ソフト問題についての議論はわかりにくい。頒布権やらファーストセル・ドクトリンやら普段目にしたことのない言葉が多すぎる。そんなあなたに、わかり易く問題を解説いたしましょう。

頒布権を挟んでの対立構造

中古ソフト問題を考えるにあたって、ゲームメーカー側と中古販売店側のもっとも大きな対立点である「頒布権」を避けて通ることはできません。メーカー側は「ゲームに頒布権はある」と主張し、中古販売店側は「ゲームに頒布権はない」と主張する。その線から後へはどちらも一歩も譲らないからです。

たとえばソフトの二次使用料といった話も、「頒布権」の問題をはっきりさせてからという姿勢をメーカー側は崩しません。また、「頒布権」がゲームに認められるべき正当な権利であるならば、やはり流通側もそれを受け入れて話を進めるべきでしょう。

それでは頒布権とは一体何なのでしょうか。

①頒布権って何ですか

著作権法では「頒布」は次のように規定されています。

「有償であるか又は無償であるかを問わず、複製物を公衆に譲渡し、又は貸与することをいい、映画の著作物又は映画の著作物において複製されている著作物にあっては、これらの著作物を公衆に提示することを目的として当該映画の著作物の複製物を譲渡し、又は貸与することを含むものとする」

この内容、簡単に理解できたでしょうか。いかにも法律的な言いまわしで、正直よく分かりません。少し分かりやすく説明すればこうなります。「著作権のあるものの複製物（印刷された本とか）を、著作権者自らが売買、貸与すること」ということになります。そして頒布権はこうした内容の行為をおこなう権利になるのです。ゆえに、頒布権を持つ著作者であるメーカーの許可を得ずに、中古ソフトの売買をおこなうことは違法だという訳です。

②ゲームと頒布権の関係は？

それではなぜゲームに頒布権がある、いやない、といった論争が起きるのでしょうか。結論からいってしまうと、現在のところ、法律上、はっきりとした形で「ゲームに頒布権がある」とは定められていないからなのです。頒布権を有すると著作権法に明記されているのは現状では、映画だけなのです。

ではここで著作権法で、頒布権の記述がある部分を見てみましょう。

（上映権及び頒布権）

著作権法第26条
①著作者は、その映画の著作物を公に上映し、又はその複製物により頒布する権利を専有する。
②著作者は、映画の著作物において複製されているその著作物を公に上映し、又は当該映画の著作物の複製物により頒布する権利を専有する。

さて、ここでは、この著作権法の中で「映画」がどのように定義されているかを知る必要があるでしょう。そこで著作権法をつらつらと眺めてみましたが、「映画」を明確に規定した部分はありませんでした。例えば「レコード」には「蓄音機用音盤、録音テープその他の物に音を固定したもの（音をもっぱら映像とともに再生することを目的とするものを除く）をいう」という、非常に長く重々しい説明がされているのに、です。

そしてこの、明確に規定されていないところが、ゲームと頒布権の問題を少々ややこしくしているのです。

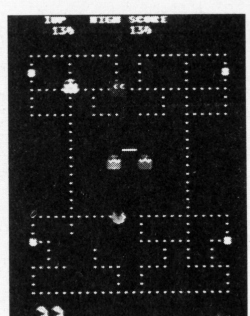
③ゲームに頒布権がある理由は？

それではメーカー側の主張から見ていくことにしましょう。なぜ「ゲームには頒布権がある」と考えるのでしょうか。

メーカー側はこう主張します。

「動画を伴うゲームソフトが映画の著作物に該当することについては過去にいくつか判例が出ている」。それゆえにゲームソフトには頒布権が認められるという訳です。ここでいう「過去に出た判例」とは、中古ソフト問題を語る際に必ず出てくる「パックマン事件」に対する訴訟と判決を指しています。

都内の業者がナムコの「パックマン」の複製品を、自らが営業する喫茶店に設置したことに対し、ナムコが損害賠償請求を求めたのが最初の「パックマン事件」。'84年9月28日に東京地裁で出された判決は、『パックマン』は映画の著作物であり、被告である業者は原告の上映権を侵害した」というナムコ主張を認めたものでした。結果、被告にナムコへの損害賠償が命じられたのです。さらに'94年、「パックマン」に酷似したソフトウェアを収録したフロッピーを、書籍の付録にして販売していた都内某出版社を相手取って起こされた訴訟においても、「パックマン」は映画の著作物であるということが認められています。



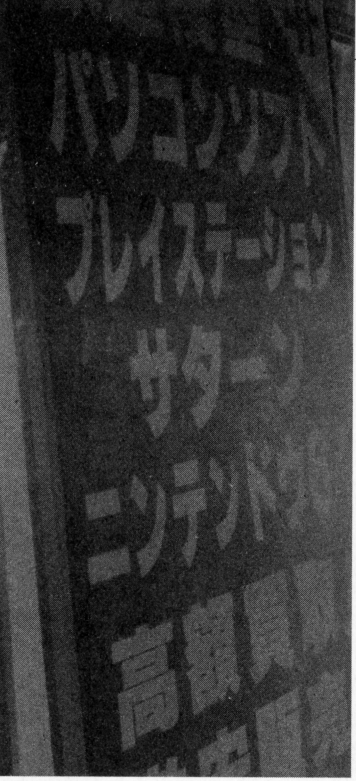
世界的ヒット作「パックマン」。インベーダーと同様コピーには泣かされている。

こうして過去の判例を根拠に、メーカー側は「ゲームは映画の著作物。だから著作権者は頒布権を持つのだ」と主張しているわけです。

④「判例」って一体何ですか？

それでは「判例」とは一体何なのでしょうか。先ほど著作権法の条文を見てもらいましたが、法律というものはとても抽象的にかかれています。しかしこれにはそうせざるを得ない訳があるのです。これだけ様々な物事が存在する現実の世界の決まりを、すべて法律上で明記することは不可能です。もしそれをおこなったら、法律は今以上にややこしく、そして膨大な量になってしまうでしょう。それはあまりにも現実的ではありません。そこで表現を敢えて抽象的にして幅を持たせ、現実の事件、問題に際しては、その法律に対して解釈をおこなって、事にあたる訳です。その際に登場してくるのが判例なのです。目の前の事件に対応するために、過去に起きた同様の事件で，法的にどういった判断が下されたのかを参考にするのです。

中古ソフトの問題で考えてみれば、ゲームの著作権を問題にしたような訴訟が起こされたとき、「パックマン訴訟」などの例が参考にされる可能性はとても高く、ゲームは映画の著作物だという判



断が下されることも十分に考えられます（余談ですが'84年判決の時点で、プログラムといったものは実は著作権の保護の対象ではありませんでした）。

⑤なぜ頒布権を認められないのですか？

しかし中古販売店側は、これを認めたくありません。頒布権は流通をコントロールし得る、非常に強い権利だからです。ＡＲＴＳ（テレビゲームソフトウェア協会）は、テレビゲームに頒布権は存在しないという姿勢を変えようとはしません。しかしそうした意見を持つのは利害関係のある立場の人間だけではないのです。法曹界からもテレビゲーム＝映画の著作物というメーカー側の主張に異論が唱えられているのです。ここで'98年1月に結成された「中古ソフト問題研究会」の見解を紹介してみましょう。

この中古ソフト問題研究会は、弁護士や法学者など約30名によって結成された会であり、'98年2月12日に中古ソフト問題についての会の見解を表明しました。ゲームソフトが著作権法上の「映画の著作物」にあたるのかという点で、再び先の例に挙げた「パックマン事件」が取り上げられていますが、中古ソフト問題研究会の見方はメーカー側のそれと異なっています。「パックマン事件の判決は、公衆が出入りする店舗に無断複製ビデオゲーム機を設置して上映した事案に関するものであり、個人使用目的のゲームソフトの中古販売まで禁止する趣旨と解するのは行き過ぎ」であり「いずれにせよゲームソフトの『頒布権』に関しては、最高裁の判例は現在まで出ていません」と述べています。

また頒布権に関しては、そもそも劇場用映画を想定して制定したものをゲームソフトに適用すること、さらに「頒布権」に全く制限がないのか、あるのかという点に疑問を投げかけています。

⑥頒布権の制限って何だろう

この頒布権と制限に関して、静岡大学の赤尾晃一助教授は「ゲームに頒布権が認められれば中古ソフト販売は合法になる」という主張を繰り返し述べています。メーカー側は「ゲームに頒布権があるので、無許諾の中古ソフト販売は違法」だといい、一方では「ゲームに頒布権を認めれば中古販売は適法になる」という。この一見矛盾する論理が並び立ってしまうのは、頒布権と制限に原因があるのです。

ファーストセル・ドクトリンというものがあります。アメリカの法理ですが、これはどういうものかというと、最初に法に適った形で販売されたものには頒布権が及ばないというもので、頒布権に制限をつけるきまりだと考えてください。

ゲームに置き換えて考えれば、最初にユーザーがまっとうな形でお店からゲームを購入した時点で、頒布権が及ばなくなる（消尽）ということなのです。ですから、その後ユーザーが中古販売店にそのゲームを売ろうとどうしようと構わないということになるのです。ファーストセル・ドクトリンはアメリカでの話ですが、イギリス、ドイツなど欧米各国を始めとする多くの国で同じように頒布権をとらえ運用しているのは事実です。

⑦頒布権の消尽って何だ？

現在、日本ではこのファースト

セル・ドクトリンは著作権法上、明確には規定されていません。しかしそれは現時点での話で、将来的にどうなるかはわかりません。というのも、'96年12月に、知的所有権のあり方を検討する国連機関WIPO（世界知的所有権機関）の会議において、頒布権に関する条約が締結されたのです。これによると「すべての著作権に頒布権を認める」とあるのですが、同じ条約の別項には、最初に頒布がされた後は頒布権が消尽すると定めてもよい、とあるのです。この頒布権の消尽に関しては、各国の判断に任されるのですが、世界的な傾向に敢えて日本が逆らうとも思えず、WIPO著作権条約の改正を受けて来年早々にも始まるといわれている我が国の著作権法改正に際し、頒布権の消尽が明示されると見る向きは非常に多いのです。

⑧デジタルメディアの特性って？

それでもなお、メーカー側が「ゲーム」に頒布権が、それも消尽することのない無制限の頒布権があると主張するのは、テレビゲームというものの特性にその理由があります。

私たちがゲームを買う際、一体何にお金を払っているのでしょうか。それはもちろん、CD-ROMというお皿ではありません。そこに記録された内容にお金を払っているのです。そしてこの内容の部分は、デジタルな特性として時間の経過に関係なく不変です。半永久的に変わらないものを、書籍や自動車と同じような認識で見ることには確かに無理があるかもしれません。また、何らかの手段で、その内容を複製することができれば、著作者の権利が著しく損なわれることは間違いありません。そして残念ながら、ゲームをコピーする道具や方法は現実的に存在するのです。それを踏まえた上で、無制限の頒布権という、とても強力な権利をメーカー側は主張するのでしょう。

特にデジタルの分野において、その進歩と多様化のスピードは加速度的に速くなっています。しかし、例えば著作権法といった法的な環境がそういった現実にいつも即しているとは残念ながらいえないのが現実です。'84年の「パックマン事件」の頃は、プログラムは著作権法の保護の対象にはなっていなかったことを思い出してください（もちろん現行の著作権法では保護の対象になっています）。そしてこういった問題は法律云々といった話よりも私たちの意識のほうが重要なのです。

インターネットで知る中古問題

中古問題に絡んだ様々な団体は、インターネット上でも盛んにその主張を続けている。ここではそのホームページを紹介するので、興味のある方は是非一度訪れて見よう。中には中古について熱く語れるページもある。

■CESA

今回のキャンペーンの主役である。東京ゲームショーなどといった情報も多いが、中古問題に関するページもきちんと存在する。スタートはまずここからか。

http://cesa.or.jp

■ARTS

流通側の代表ARTS。このホームページのフリートークエリアでは、一時期、熱い討論が繰り広げられていた。今は落ち着いたようだが、まだまだ目は離せない。

http://arts.or.jp

■赤尾晃一氏

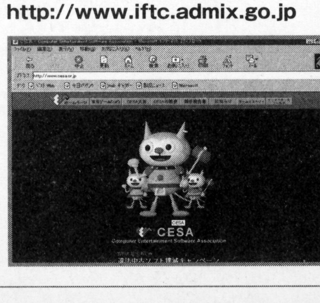
静岡大学助教授の赤尾晃一氏のホームページ。わかば日記は必読。中古に限らずゲーム業界の問題を深く知ることができる。

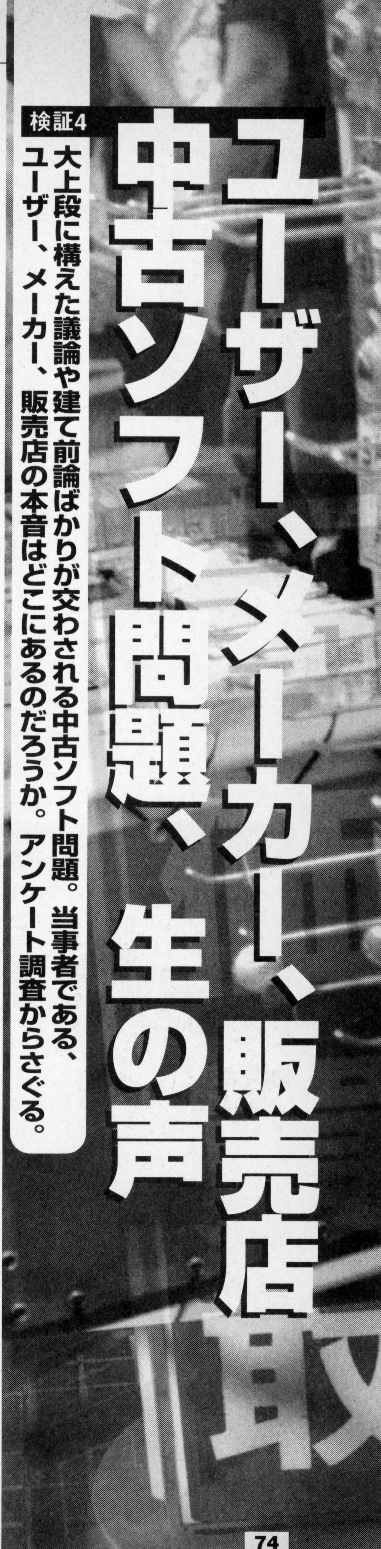
http://www.orange.or.jp/~akao/

■公正取引委員会

SCEへの勧告のその後を知りたいならここ。次回の審判は5月24日。ちなみに一般人の傍聴も可能なので、興味があればいってみよう。

http://www.iftc.admix.go.jp





検証4

ユーザー、メーカー、販売店 中古ソフト問題、生の声

大上段に構えた議論や建て前論ばかりが交わされる中古ソフト問題。当事者である、ユーザー、メーカー、販売店の本音はどこにあるのだろうか。アンケート調査からさぐる。

ユーザーの生の声

著作権に絡んだ法律問題や、業界内の利害関係などといった話題が先行する中古ソフト問題。今回、編集部ではより生身の意見を拾う為に、ユーザー、メーカー、販売店の三者に対しアンケート調査をおこなった。ここではそのアンケート結果を順次見ていきたい。ユーザーに対する調査は、東京秋葉原と郊外の二地区で街頭アンケート形式でおこなわれた。回答してくれたユーザーは100名。年齢層は20代後半が最も多く、10代後半、20代後半と続く。左ページのグラフ1〜6は、その結果をグラフにしたものである。

グラフ1は「中古ソフトは必要だとおもいますか」という問いに対する答えをまとめたもの。実に9割のユーザーが中古ソフトを必要だと考えている。続くグラフ2は、中古ソフトを必要と考えるユーザーに、その理由を聞いた結果だ。最も多かったのが「中古ソフトの方が安いから」で全体の62％を占め、次に挙がったのが「すべてのソフトの新品が店頭に並ばない限り中古は必要」（30代前半・男性）という意見に代表される「中古でしか手には入らないソフトがある」（23％）という声だった。ソフトの値段の高さや、急激に速くなった消費サイクルの中で消えていくハードやソフト。こうした問題に対する動きはメーカー側からも起きている。PSザ・ベストやサタコレといった、評判の高い旧作の値段を大幅に下げて販売するという試みや、ROMカセットにSFCの名作を安価で書き込むニンテンドーパワーがそれだ。これがユーザーの要望に完全にかなっているとはいえないが、前向きなメーカーの努力であるのはいうまでもない。

さて次に見てもらいたいのはグラフ3〜5である。CESAを始めとする三団体が、中古ソフト販売を問題とする根拠の一つに、中古ソフトが新品ソフトの販売機会

ゲーム批評読者にとっての中古ソフト

なんか、中古ソフトを売ったらちょっとゲームメーカーにお金がもどるシステムができそうですね。
（北海道　DD）

自分と関係ないところでお金が動いているもんだからヒステリー起こしているだけみたい。

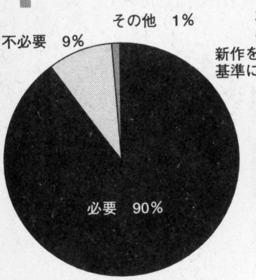
新品が中心になって回らなくてはゲーム業界は先細りしていくと思う。でもハンプケンはこじつけだね。
（大阪府　藤岡賢一）

クソゲーとそれを作った会社を撲滅した方がいいと思う。少なくても私は中古ソフトがなくなっても新作ソ

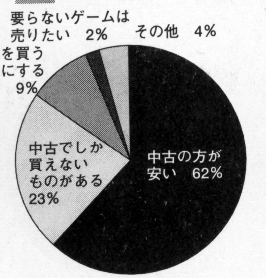
を失わせているというものがある。グラフ3を見て欲しい。これは、昨年1年間に購入したソフトの内の、新品と中古の比率を聞いた答えをグラフにしたものだ。すべて新品を購入すると答えたのは26%。残りの72%はその割合にばらつきがあるとはいえ中古ソフトをある程度の本数購入していると答えている。また、グラフ4を見ても分かるように、欲しいソフトを中古が出るまで待つことがあるかという問いに対し、「タイトルによっては」という答えを含め、49%のユーザーが「ある」と回答している。ある程度の本数の新品ソフトがその販売機会を失っているのは確かだ。ただし中古がなくなったからといって、中古が出るまで待てる程度のソフトを新品で買うかという点には疑問が残る。逆にソフトを中古店に売りにいく理由を示したグラフ5では「ソフトを売ったお金で新品を購入」（24%）という層が存在することが分かり、またグラフ2では中古ソフトを新品購入の参考にしている層がいることが分かる。流通側が主張する、中古ソフト販売が新品ソフトの販売に貢献しているという面も確かにある訳だ。中古ソフトについての議論を水掛け論にしないためにも、メーカー、販売店の双方が納得できる、第三者による市場の調査は不可欠だろう。

さて、最後に、今回の「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」の認知度を調べてみた。その結果がグラフの6である。回答してくれたユーザの半数以上がこのキャンペーンの存在を知っているという結果になった。「特定メーカー主導のキャンペーン」（20代後半・男性）という誤解もあったが、これまで中古について意識をしていなかったユーザーに、中古ソフトを問題だと考える立場もあることを知らせるきっかけになったとはいえる。しかし、これがゲームの著作権を意識するところまで昇華できなければ意味がない。また中古ソフト販売が違法であるかという点、いまだ法律的に議論の分かれる余地がある時点で「違法」という文言を使ったことは、一方的という批判を免れないだろう。

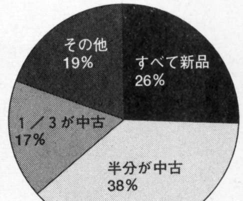
1 中古ソフトは必要ですか？



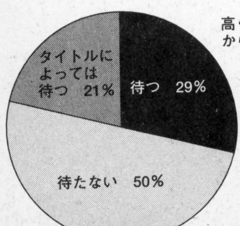
2 中古ソフトはなぜ必要なのか？



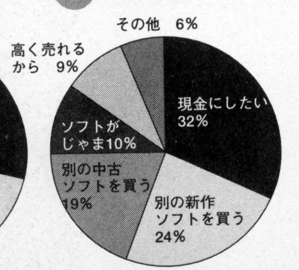
3 昨年1年に購入したソフトの内訳は？



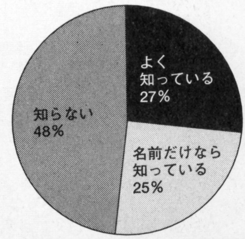
4 新品を中古がでるまで待つか？



5 ソフトを売る理由は？



6 違法中古ソフト撲滅キャンペーンを知っていますか？



（群馬県　小野彰子）

中古ソフトは絶版になったソフトだけにするべきだと思う。

（東京都　サイレントピクシー）

フトを買わないだけ。

（東京都　桑原利行）

使用料払うから、クソゲー買ったら金返せ。

（大分県　やまね）

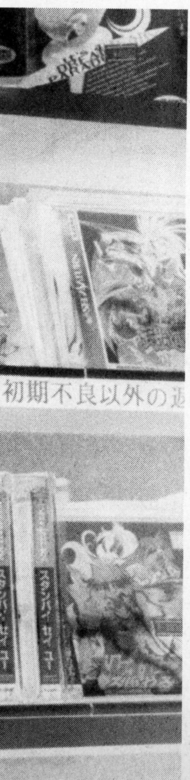
メーカーの生の声

次にメーカーに対するアンケートの結果を見てみよう。アンケートを送付したのは102社。そのうち40社から回答を頂くことができた。

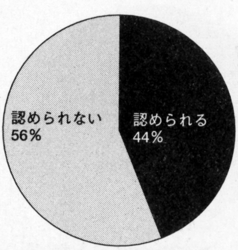
グラフ1は「ゲームソフトの中古販売を認められるか」という問いに対する結果だ。やはり半数以上のメーカーが、現行の中古ソフト販売を認められないと回答している。また「認められる」と回答したメーカーでも、その理由にはかなりの温度差が見られる。「既に定着してしまっているのでしょうがない」といった形のネガティブな形での承認が目立ち、なかには「子供の所持金で遊ぶには5800円という金額は決して安いとはいえない。低価格で遊べるのならそういう形があってもよいのでは」（B社）「商品化された知的物はどういう形であれ古物販売の対象であってよいはず。物流におけるリサイクル性は今後ますます重要視すべき」（P社）といったように積極的に中古ソフトを肯定した回答もあったが、その数は少なかった。

だが、メーカーは中古販売を絶対になくしてしまいたいと考えている訳では必ずしもないようだ。グラフ2は中古否定派のメーカーに「どのような形ならば中古販売を認められるのか」という質問をした結果である。中古販売店から著作者であるメーカーに対する利益還元があれば認められるという答えが38%、頒布権等の法的問題が確立されれば認めるという答えが42%という結果になっている。この、メーカーへの利益還元という点で、ARTSの2次使用料の積み立て（売り上げの1%）に対する考えを聞いた結果がグラフ3だ。「（ARTSの提案に対し）どちらともいえない」という答えが最も多かったのは、「具体的な形が見えず判断のしようがない」（A社）「1本につき100円、200円という形式的な金額なら無意味」（M社）という意見からも分かるように、ARTSが具体的にどのように利益を還元するのかが不明であること、1%という数字が出された根拠に原因があるようだ。

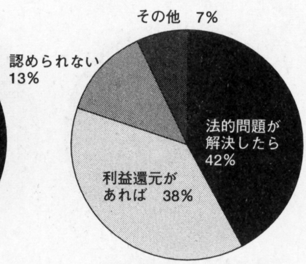
最後のグラフ4は、ゲームが売れなくなった原因についての質問をまとめたもの。最も多かったのは「タイトル数の増加」（30%）、その後に「ゲームの質の低下」（17%）「不況」（14%）という理由が続いている。中古ソフト販売を原因としたメーカーは意外に少なく8%という結果であった。



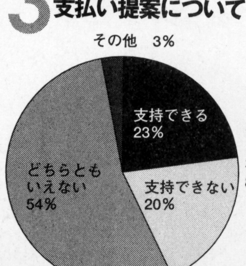
1 中古販売についてどうお考えですか？



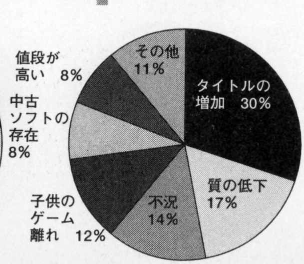
2 どういう形なら中古を認められますか？



3 二次使用料の支払い提案について



4 ゲームはなぜ売れないのか



販売店の生の声

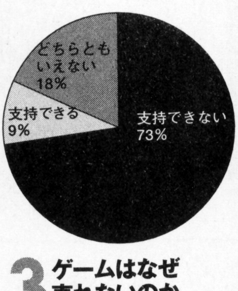
最後に、ゲーム販売店に対するアンケート結果を見ることにする。東京及びその近郊のゲーム販売店112店にアンケート用紙を送付、33店から回答を頂くことができた。うち、中古を扱っている店舗数は29店である。

中古を扱っている店舗が多いこともあり、今回の「違法中古撲滅キャンペーン」に反対する店舗は70％を超えている。その理由としては「ユーザーのニーズを無視している」（ショップM）という声が最も多く、「ソフトには著作権はあるが頒布権はない」（ショップT）「高いソフトを試しもせずに買ってもらえるのは中古のおかげである」（ショップN）という声も目立った。

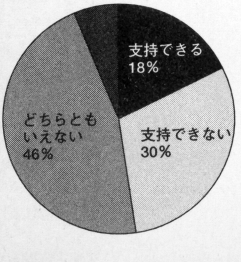
また一方で、グラフ2から分かるように、流通側であるARTSの二次使用料支払いの提案に対しては、メーカーに対するアンケート調査と同様に、その具体的な形が見えないが故に何も判断できないという立場をとる店舗が多く、また「メーカーが二次使用料の支払いを要求したのなら話は分かる。こちらから提案するのは逆でしょ」（ショップT）「中古は悪と認めているようなもの」（ショップA）「ただでさえ新品ソフトの仕入れ金が高いのに何を考えているんだ」（ショップB）といった否定的な意見を持つ販売店も少なくなかった。

さて、チャンスロスの多かったROMカセットに代わって登場したCD-ROMとそれが可能にしたリピートビジネスという新しいゲーム流通を掲げて登場し、覇権を握ったPSだったが、現状のゲーム販売店は、そのモデルに沿った新品ソフトの販売だけでは成り立っていかないものなのだろうか。しかしアンケートには否定的な意見が多い。「商品の低価格、高掛率によって、SFC一強時代に比べただでさえ利益率が低下している。経営の支えとなっている中古がなくなれば存続は現実的に不可能です」（ショップC）。こうした要因に加え、深刻な不況という外的状況も重なった今、現実問題として利益率が40％程度という中古ソフト販売を一気に止めてしまうことは困難だ。そしてそれが事態をさらに難しくしているのである。

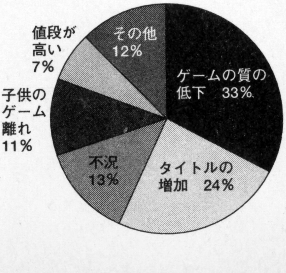
1 「キャンペーン」についてどうお考えですか



2 二次使用料の支払い提案について

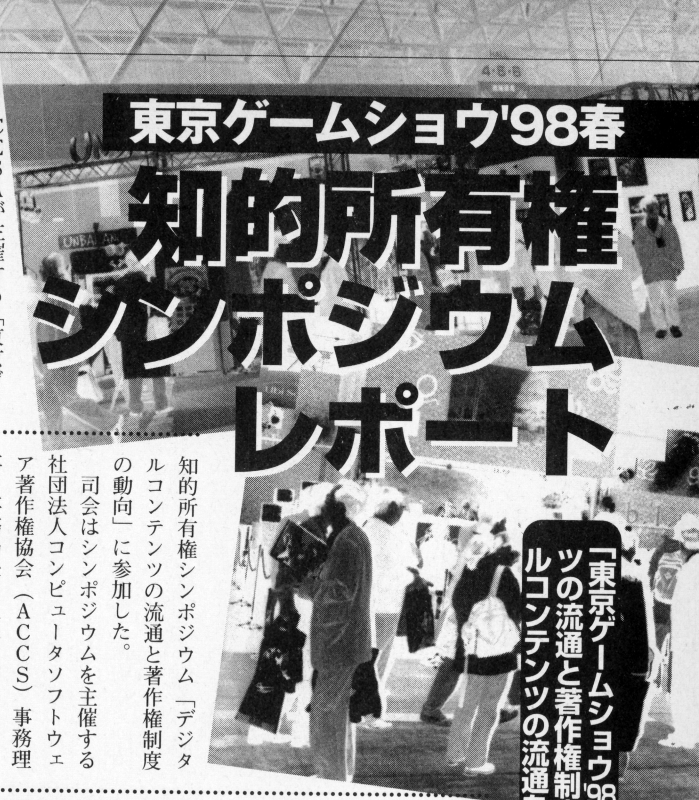


3 ゲームはなぜ売れないのか





東京ゲームショウ'98春
知的所有権シンポジウムレポート



「東京ゲームショウ'98春」にて、知的所有権シンポジウム「デジタルコンテンツの流通と著作権制度の動向」が開催された。中古ソフト問題を含むデジタルコンテンツの流通を問うこのシンポジウムをレポートする。

CESAが主催する「東京ゲームショウ'98春」。'98年3月20日から三日間、幕張メッセで行われたこのショウの会場には、いたるところに「NO RESALE」のロゴの入った「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」のポスターが見受けられた。

このショウにあわせて開かれた知的所有権シンポジウム「デジタルコンテンツの流通と著作権制度の動向」に参加した。

司会はシンポジウムを主催する社団法人コンピュータソフトウェア著作権協会（ACCS）事務理事・事務局長の久保田裕氏。パネリストは著作権法を所轄する文化庁の永山裕二氏、情報産業の立場から通産省の村上敬亮氏、ACCS顧問弁護士の宮下佳之氏、そしてゲーム業界に詳しい静岡大学助教授の赤尾晃一氏ら4人である。

今回のシンポジウムは中古ソフト問題を著作物のデジタル化・ネットワーク化時代の問題性が最も顕著に現れたモデルケースとしてデジタルコンテンツ全般の流通問題の検討をテーマとするものだ。

中古ソフト問題に関して注目すべきは、文化庁の永山氏の「すべての著作物に頒布権を認めると同時に、消尽をする方向がグローバルスタンダードである」という発言だ。仮に、消尽しない無制限の頒布権が実現されれば、ユーザーの貸し借りといった私的な取引でさえ、メーカーの許諾を受けなくてはならなくなってしまう。



左から赤尾晃一氏、宮下佳之氏、村上敬亮氏、永山裕二氏、久保田裕氏。

また赤尾氏は、中古ソフト問題解決のデジタルコンテンツの流通のあり方として、追求権を根拠とした報酬請求権（レンタルレコードの貸与権も報酬請求権の一つ）の制度化、著作物の使用許諾契約、そしてゲームソフトレンタルの合法化の三点を提言した。ゲームソフトレンタルに関して、久保田氏が「コピー問題などを考慮すれば実現は困難」と反論するなど、おのおのの立場の視点がよく現れたシンポジウムであったと思う。

シンポジウム終了後の赤尾氏に中古問題に関する意見を聞いた。

頒布権問題を棚上げして、実質的議論を

赤尾氏は中古問題について「世界的潮流からみてもゲームソフトに頒布権は存在し中古ソフト販売は著作権者の利益を侵害してい

る。しかし中古ソフト販売はユーザーの利便性から考えても、必ずしも悪だとは決めつけられない」と語る。

ただ、「現在の中古ソフト販売のままでは問題が多い」と続けた。「例えばARTSの二次使用料も販売店全体の声ではない。販売店の中には著作者の利益は無視、還元など考えられないという店もあるのです。販売店にはもっと著作物を扱っているという認識が必要ではないでしょうか」。

またCESAの姿勢も「頒布権がどこまでの範囲を持つのか明確に示していないのに、いたずらにそれを言って販売店側に警戒心を持たせている。そういった頒布権問題に終始して、実質的議論に入ろうとしないのは問題です」と批判した。

CESAとARTS、両協会の交渉が全く進まない中、中古ソフト問題を含めたデジタルコンテンツの流通問題を、前向きに検討したこのシンポジウムは「大変実りがあった」（赤尾氏）ものだったと言えるのではないか。

ARTS記者発表 CESAへの反論

'98年3月19日、ARTSはテレビゲームソフトの中古売買の実態について「CESAへの反論」という直接攻撃的なタイトルの記者発表を行った。

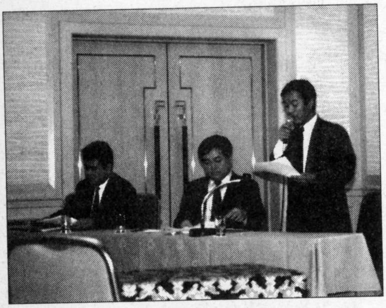
中古売買は新作販売を阻害し、3130億円以上の機会損失額があるとして、「違法中古ソフト撲滅キャンペーン」をCESAが実施しているのは前項の通り。

これに対しARTSは、加盟店を利用した3000人を超す規模の調査データを用意（左図はその一部）。また店頭POSデータから、あるユーザーのソフト売買一覧を例に挙げて、CESAの言う新作販売阻害、機会損失額に反論した。

店頭POSデータの事例等はユーザーの中古売買の利用スタイルが分かりやすく解説されてはいた。しかし、データの出所は中古販売を行うARTS加盟店に来るユーザーを対象にしており、反論の証拠としては不十分な印象もある。

ARTS代表理事新谷雄二氏は、総論において「中古ソフト問題研究会」所属弁護士の「メーカーと専門店は、片方がいなければ片方は成り立たない関係である。著作権法の一方的な解釈により、相手を追いつめるのは感心できない」と言う言葉を借り、最後にこう締めくくった。「一日も早く、CESAが私たちとの前向きの話し合いのテーブルにつかれることを心より期待しております」。

「キャンペーン」に不快感を表しながらも、今後CESAと交渉の場を持ちたいと語ったARTSの姿勢は、1年8カ月も交渉がなかったことを考えればその変化は評価できる。あとはCESAの主張の軟化が望まれるところだが。



ARTS代表理事　新谷雄二氏。（右）

■ゲームソフトを売る理由

中古販売に関する実態調査より

クリアしたから	36.3%
思ったより面白くないから	19.3%
ゲームを整理したいから	23.4%
新しいゲームを買うため	29.8%
お金が必要だから	16.3%
その他	2.9%
無回答	11.5%

■中古ソフト販売がなくなったら

中古販売に関する実態調査より

中古の代わりに新品を買う	11.3%
友達との貸し借りを増やす	25.1%
新品が安くなるまで待つ	21%
本当に欲しい新品だけを買う	31.1%
ゲームを楽しむ回数を減らす	7.7%
その他	4.2%
無回答	1.2%

中古ソフトは悪か？

第2特集総論

この中古ソフト問題は、結局これに関わるユーザー、メーカー、販売店の著作権に関する意識を問うているのかもしれない。

問題はメーカー側と販売店側の対立に焦点が絞られているが、例えばユーザー全員が、中古ソフトを違法と考え使うのを止めたならば、自然、中古ソフト問題は雲散霧消してしまうはずだ。ユーザー側もただ傍観するだけでなく、自らこの問題に積極的に関わる必要がある。例えばちまたに流通するコピーツール。それを使うユーザーは、著作権者の権利をどれだけ侵害しているか、考えてみたことがあるだろうか。

著作権を大上段に掲げるメーカー側にも問題がないとはいえないだろう。状況は変わりつつあるとはいえ、未だ制作会社、つまりそのゲームを実際に制作した人々の名をクレジットに載せていないメーカーはある。一方で著作権を遵守せよ、といいながら一方でこうしたことをおこなっていては、その運動自体に説得力が無くなってしまうのはいうまでもない。

販売店側にも問題はある。今回編集部でおこなったアンケートを見ると、二次使用料といった提案に対し7割が反対しているという結果が出ている。デジタルコンテンツという、劣化しないモノを、例えば自動車などと同様に考えることには無理がある。また自らが著作物というものを扱っているとう意識も、現状では低いといわざるを得ない。

今回の中古ソフト問題はゲームにとっていい試金石であったといえる。FC以降、20年にわたるゲームの歴史の中で、ユーザー、メーカー、流通の三者が共にこうした問題に直面したのは初めてではないだろうか。この問題を契機に、業界全体が一歩でも前に進めるよう期待したい。

Shooting Mottari!

平和島ミチロウPRESENTS シューティング迫撃砲（はくげきほう）

第十一弾「レイディアント シルバーガン」

さて、まずはお手紙を紹介しよう。

「あれっ？『シューティング迫撃砲』がない！ と思ったら、たしか連載終了したんですよね」

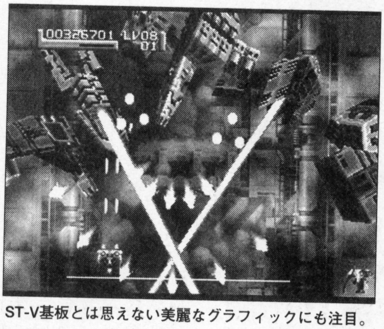
（東京都 御心ボンバー）

……おーい、勝手に終わらすなー！ そういえば前号に休載のお知らせ載ってないし。もう担当の松井氏とは口きかない。

気を取り直して。今回は、なんとあのトレジャーが制作した凄絶に良い塩梅なSTG「レイディアント シルバーガン」であります！

今この時期にシューティングをリリースする勇気をまず褒め称えたいんだけど、実際プレイすると、そのあまりの面白さに感謝感激して思わず制作者の方に「あんたシューティングの面白さ分かってるね！ 今度シューティングゲームについて朝まで語り合おう！」と飲みに誘いたくなるっ！ （なに言ってんだ？）

地形や敵の攻撃パターンに合わせて全7種類の武器を選択する戦略性！ 使えば使うほど武器が強くなる巧妙なシステム！ 「レイディアントソード」で敵弾を吸収して一気に反撃する爽快感！……こうして体言止めを連発したくなるほど優れた要素のラッシュ！ そうそう、ラッシュといえば本作品のコンセプトは「ボスラッシュ・シューティング」。過去の作品の中で数多くの奇想天外・阿鼻叫喚なボスキャラたちを無数に作り出してきたトレジャーが、ついにシューティングでそれをやってしまった！ とにかくもう奇抜で奇妙で独創的なボスたちが次から次へと攻めてくる！ それらボスたちの倒し方を考えるパズル的な要素＆鬼のような攻撃をドット単位で避けるマゾ的快感＆倒した時の爆裂的突破感覚は地獄極楽のカタルシス！ プレイ中は常に全身の体液が沸騰しまくり脳内麻薬たれ流しのトランス状態！ ここまでプレイヤーの能力・体力・集中力・精神力を酷使する八強ゲームは皆無だ！ ぐはぁっ！



ST-V基板とは思えない美麗なグラフィックにも注目。

「グラディウス」「R・TYPE」「イメージファイト」といった過去の名作をリスペクトしつつ、今現在もなお主流であるボンバー型STGからの脱却を図り、みごと斬新で画期的な作品となった「レイディアント シルバーガン」は、また一歩STGを進化させてしまった！ これぞ新世代シューティング！ とにかく黙って涙してプレイすべし！ シューティング暗黒時代を打破すべく、若者よ、光り輝く銀色の銃を取って立ち上がりやがれ！

平和島ミチロウ（へいわじま・みちろう）
ゲームライター兼エセ詩人。「ガンフロンティア」「メタルブラック」に人生をねじ曲げられた武闘派バカゲーマー。
www01.u-page.so-net.or.jp/ya2/michirou

ANIME アニメがすごい!?

第五回……「熱血料理アニメ 中華一番！」

今回は、アニメにも造詣の深いがっぷ獅子丸氏の登場。氏のお薦めは意外にも…。

今のところの話は中華料理人マオ少年が伝説の厨具セットを求めて中国を行脚しながら料理対決をするという水戸黄門と美味しんぼを足して2で割らない内容で、裏中華料理界と激しいバトルを繰り広げる訳です。果たして裏料理界はその伝説の厨具を手に入れてどうするのか現段階では皆目見当がつきませんが、勝負の判定はやっぱり料理ですから、地元の審査員の方々が美味そうに食っている様は何とも微笑ましい限りです。しかしベン髪の地元一般審査員のコメントが『ジューシー』『スープ』だのとても革命前の中国と思えない表現が連発しますが、これは

レイディアント シルバーガン［STG］ メーカー：トレジャー／機種：アーケード／発売日：'98年春発売予定

ADULT GAME ESSAY

エロの星の名の下に★

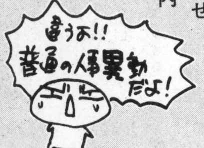
南敏久

THE NEXT GENERATION

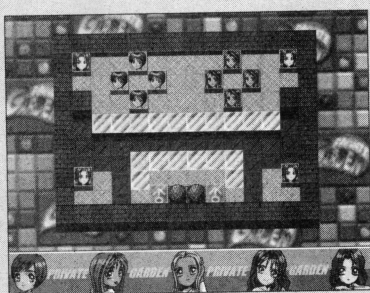
第4話 プライベートガーデン

ジャンル：PZL／メーカー：テトラテック／
機種：WIN95／発売日：'98年1月15日

あら大変。今までこのページをボクとビックリヒョッコリいいコンビで続けてきた名物編集者小野さんが、斎藤編集長にセクハラ発言をして不思議時空（ル～ワ～）に飛ばされてしまいました。ＴＮＧ始まって早々のピンチですが、今回より「編集部で見た初めての普通の人」日野さんが担当をかわってくれることでなんとか切り抜けられました。日野さんの人柄に合わせて今後はここの内容も少しマイルドにしていこうかと思います。自信は持てませんが。



今回紹介するゲームは秘密の花園（といえば映画「ひみつの花園」見た？　西田尚美いいよねぇ）こと「プライベートガーデン」であります。なんとパズルゲーム！　登場する女のコ5人にはそれぞれ3つのストーリーがあり、そのラブ&ポップ（三輪ひとみいいよねぇ）なストーリーを完全に楽しむには8ステージのパズルを解かねばならないのです。つまり5×3×8＝全120ステージ！　今計算して自分でもビックリしました。でもエロゲーのパズルでしょ、どうせたいした事ないんじゃないのとタカをくくっているそこのアナタ！　そこのキミ！　キミは3日後に必ず死ぬ（日野日出志のマネ）じゃなくってこのパズル、結構頭を使う本格派。システム的にはあの「倉庫番」をアレンジしたようなモノで、解けそで解けない絶妙な難易度も出来そで出来ない気になるアノ娘のようでボクも右脳と左脳を切り替えつつヤメラレナーイトマラナーイ状態で一晩二晩やり込んでカゼを引いてしまったくらい（ウチストーブとかないのヨ）。マウスによるアナログな操作が理不尽に難易度を上げている（何でテンキー使えないの？）のとエロシーンとパズルとの間に何の関係もないのが少々不満な点ではありますが。ちなみにエロシーンのシチュエーションは妹からアイドル、動物コスプレまでとヨリドリミドリ。これでも満足できない人は聖コスプレ学園に行って紗南ちゃんとでもヨロシクやって下さい。ともあれ今回のゲーム、単純にエロを求めて買って痛い目に会ったという点ではあの「雫」以来かも。脳ミソのシワに自信の持てないおつむてんてんクリニックな人（つまりボクと同じような人）は気を付けて買いましょう。



これが、解けそうで解けないパズルゲーム。

南敏久（みなみ・としひさ）……造型助手&怪獣博士。エロ歴10年。好きなティガ怪獣はファルドンとビザーモ。それでも今回の打ち合わせの時は日野さんよりも小野さんと長く話してたんだよなあ。あとせがわきりっていいよねぇ。

考証というより、この程度のカタカナ語も的確に表現できない現代日本語表現の狭さに問題を感じてしまう今日この頃なのでした。ところでこの飽食の時代に中華料理オンリーでマンネリにならんのかいなというとそこはそれ中国4000年のアレですから、今はビギナーチックな肉マンや麻婆豆腐対決でもいずれ熊の手やザザ虫等通好みの食材が登場するに違いありません。だから御願い、阿片入り料理というオチだけはやめて下さい。何でかって？、馬鹿！　それじゃ味平のブラックカリーになっちゃうだろ！　（がっぷ獅子丸）


これはもう、料理版「北斗の拳」だ!!

熱血料理アニメ中華一番！　フジテレビ系毎週日曜日午後7：30～8：00放映中

ゲームソフト批評

1998 MAY

いうべき何か、評価すべき何か、
そんな価値を持ったゲームを、
本誌自慢の批評陣が真剣に批評する。
これはそんなコーナーです。
あなたは何を感じたでしょうか。

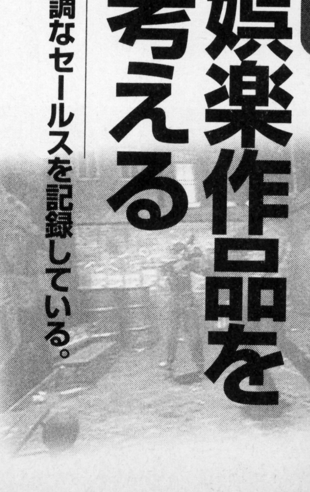
GAMESOFT REVIEW 1

バイオハザード2

レビュアー●林村わたる　プレイ時間●40時間

前作を超える一級の娯楽作品を通して表現の限界を考える

待望の「バイオハザード2」がようやく登場し、前作を上回る好調なセールスを記録している。だが、その表現が問題とされる機会も多かった。



映画なら「娯楽超大作の続編、堂々の登場！」ということになるのだろう。看板に偽りなしの。勿論「バイオハザード2」の話だ。複雑な操作やホラーというジャンル、内容の過激さにもかかわらずロングセラーかつミリオンセラーとなった前作から2年近くが経ち、ようやく登場した「バイオ2」は、ファンの期待に十分すぎるほど応える出来であったといえる。

操作系には更なる向上がみられ、また登場する武器やモンスターの数やバリエーションも格段に増えている。相対する敵に合った武器を瞬時に判断するという要素が加わって、ゲームの戦略性は前作以上に高くなっている。また、クレア、レオンという2人の主人公それぞれに表、裏のシナリオが用意されているので、少なくとも4回は遊んでみようとプレイヤーに思わせる。そして4回遊んでいくうちに、このゲームに用意されているプラスαの要素が徐々に明らかになり、これ目当てで更にプレイ回数が増えてしまうことになる。こうなるともう麻薬的だ。

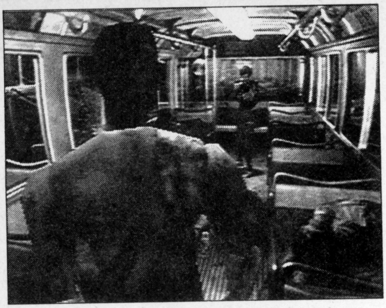
前回も、クリア後に衣装替えやロケットランチャーを手に入れられるといったプラスαが用意されていたが、今回それは大幅に増加。衣装替えや武器の入手はいうまでもなく、隠しシナリオさえ用意されているというサービスぶり。ネット上で噓（エイダを使える隠しシナリオや隠し武器で日本刀が手にはいるなど）が流れても、それを信じてしまうほど隠しフィーチャーの数は多かった。

ただし、期待していたザッピングシステムに関しては、正直かなり肩すかしを食らったという印象が強い。2人の主人公は同じ時間軸の中で活動しているはずなのに、表と裏のシナリオで全く同じフラグをたてなくてはならないのはやはり不自然だし、互いのシナリオに影響を与えられるのが、一部のアイテムを残せるという部分だけでは、ザッピングの醍醐味が全く感じられない。

しかしそうした不満点を作品の完成度がしっかり補っている。2年という時間は決して無駄ではなかったと、多くのファンは思ったに違いない。

さて、前評判の高さと、それに見合う内容で好調なセールスを記録した「バイオ2」だが、ナイフを使った少年事件が多発したために、世間の槍玉に挙げられる機会が多くなってしまった。曰く「残酷で有害なゲームである」と。

「バイオ2」が残酷なゲームかと聞かれて「のどかで心温まるゲーム」とはさすがに答えられない。下半身だけのゾンビが、それでもプレイヤーに向かってくる姿を見てなおそういえる人を私は尊敬する。さらにいえば、こうした残酷なシーンは「バイオ2」の売りでもある。撃たれたゾンビから吹き出す血、リアルにぐらつくその体躯。不謹慎だが、そうした非日常的な感覚を味わうこともファンを惹きつける要因だと思う。



ゾンビの数が大量に増え、更に恐怖は大きくなった

免許センターで見せられる悲惨な事故の映像には、それを通して事故防止をはかろうとする意図がある。誰もあの映画をさして「残酷だ。上映を中止しろ」とはいわない。肝心なのはその「残酷」な描写が、受け手の心に何を残すのかという点にあるはずだ。私が「バイオ2」に感じる物足りなさはまさにそこにある。

リメイク版の「ナイト・オブ・ザ・リビンデッド」の1シーンが今でも強く心に残っている。助けを呼ぼうとゾンビの群の中を駆け抜けるヒロイン。うちの1体のゾンビを見た彼女は、こらえきれずに泣き出してしまう。その少女ゾンビは生きている時そのままに、胸に人形を抱いていた。

かつて人であったものたちが、自らの意思を失い、ただ生きた人肉を求めて彷徨う、その哀れな姿。ロメロのゾンビ映画を見ていると、初めは気味の悪いゾンビに、次第に哀れみを感じるようになっていく。先の映画は、生き残った人間たちがゾンビを慰み物にしていることに明らかに嫌悪感を感じているヒロインを登場させて終わる。これでもかという残酷なシーンを見せながら、観客に不思議な感慨を与えて映画は終わるのだ。

全く同じ事を「バイオ2」に望むのは元から筋違いだ。「バイオ2」はゾンビ映画へのオマージュではあっても全く違う別の作品だ。だが、ゲームが進行しプレイヤーキャラが強くなるにつれ、ゾンビがただの雑魚キャラにしか感じられなくなるのはいかにも残念なのだ。不気味に動き回るゾンビが、かつては普通の人間であったことをプレイヤーに強く感じさせることは、作品にもより深みを与えうる。そしてそれは「残酷で有害」なだけのゲームという批判への答えにもなり得るはずだ。

「気持ち悪いだけの映画でしょ」という人には「ゾンビ」を絶対見てもらいたくなる。「残酷なゲームなんだろ」という人にも素直に「バイオ2」をすすめられるか。そこで私は少し悩んでしまうのだ。



ラクーンシティ市街が今回の舞台となる。

PROFILE

林村わたる（はやしむら・わたる）

1968年生まれ。ゲームライター。ゲーム歴20数年。ゾンビとゾンビ映画は大好き。「バイオ」「バイオＤＣ」クリア済み。子供の頃ラジコンをいじっていたので「バイオ」の操作はお手の物。最近30代に突入。

関連作品

トゥームレイダース（AVG）
メーカー：ビクター／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／発売日：'96年3月22日

ホラーゲームとしては異例のミリオンセラーを記録したＰＳを代表するアドベンチャーゲーム。その後このタイプのゲームは異様に増えたが本家を超えるものは未だに無い。

バイオハザード 2（AVG）　メーカー：カプコン／機種：プレイステーション／価格：￥6,800／発売日：'98年1月29日

GAMESOFT REVIEW 2

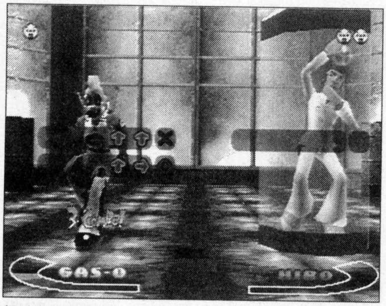
Bust A Move Dance & Rhythm Action

コマンドをキメる快感、ダンスバトルゲームの登場

さては「パラッパ」の二番煎じかと思えば、「パラッパ」とは全く別の方向性を見せた秀才型ダンスファイトゲーム。それが「Bust A Move」だ。

レビュアー●岡元建三　プレイ時間●15時間

楽しく踊る。「パラッパラッパー」が見せた、リズムとコマンドのシンクロによる快感は多くのユーザの心をつかんだ。気持ちよくリズムに乗り、そしてコマンドを自らつくる。この、手軽に楽しくリズムに乗る「パラッパラッパー」に対し、ビートに乗ったダンサブルさを前面に押し出したゲーム。それが、エニックスからリリースされた「バストアムーブ」である。このゲームの神髄は、格闘ゲームのようなコマンドをビートに合わせて入力することで、様々なダンスステップを決めていくところにある。プレイヤーは、ミュージッククレーベルである、エイベックスによる軽快なビートに乗ってダンスする。一つのダンスを決めていくごとにキャラクターのボルテージも上がり、ステップを重ねていくごとに、複雑なコマンド入力が要求され、それが大技へと繋がっていく。



相手を邪魔できることも対戦を面白くしている。

このコマンド入力こそが、このゲームの醍醐味なのである。同じダンスゲームのジャンルにある「パラッパラッパー」では、リズムとして成立していれば、プレイヤーオリジナルのコマンド入力はOKであり、COOLモードから見ても、オリジナルこそが目指すべき部分でもあった。

対して、「バストアムーブ」には、オリジナルコマンドはない。あくまで一つのステップとしてコマンドは存在し、ダンスを覚えるがごとくコマンドを修得していくのである。ダンスの持つ、ステップを決めていくかっこの良さを見せつけていくことで、手軽に楽しく踊るというゲームにはない、ダンシングヒーロー的なシビれる快感が得られるのである。

また、2プレイ対戦という点も、見るべきところである。うまくなったダンスを人に見せたい、競いたい、という、現実のクラブやディスコで熱くなるような心を、ぶつけられるようになっているのだ。加えて、キャラクターデザインのポップさもこのゲームの魅力の一つとなっている。かわいくありながらも一癖ありそうなアイドル的魅力が伺える（ピンクレディーXなどのデザイナーである）。

この「バストアムーブ」は、プレイヤーをダンシングスターに変えてくれる、サタデーナイトなソフトである。

PROFILE

岡元建三（おかもと・けんぞう）

1967年生まれ。造形家。映画・TVCF・ゲームなどのいろんなモノを制作。ジャンルを問わずになんにでも手を出す末期的ゲームジャンキー。サイモンの腕は超プロ級。

関連作品

パラッパラッパー（ACG）
メーカー：SCEI／機種：プレイステーション／価格：￥4,800／発売日：'96年12月6日
決まった流れにきっちりハマる快感ではなく、好き勝手にリズムと戯れる天才型の元祖リズムアクションゲーム。パラッパは今やSCEIのマスコット的存在に。かわいいから仕方ないか。

Bust A Move Dance & Rhythm Action (ACG)　メーカー：エニックス／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／発売日：'98年1月29日

GameSoft Review 3

フォーミュラ・ワン97

F1というカーレースの最高峰を最も如実に表した良作

残酷なまでのストイックなゲーム性を持つ本作品は、F1ファンの心をつかんで離さないものだった。

レビュアー●イワタカヅト　プレイ時間●16時間

「これは！」と感じさせるF1ゲームには、何らかの共通項がある。それはスピード感か、あるいは操作感なのか――。筆者は、およそ10年近くにわたり、その答えを求め続けてきた。

そしてようやく、その解答へのチェッカーフラッグを受けるに至ったのである。この『フォーミュラ・ワン97』をプレイして――。

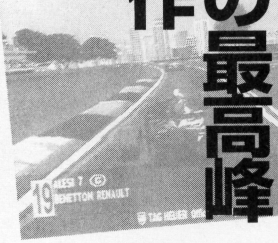
筆者が長い間、F1ゲームに求めていたもの、それは、「プレイヤーに対して残酷であること」という、逆説的な要素である。

元来、F1とはヨーロッパの貴族社会と密接な関係にある「不公平な競技」である。このきらびやかでオトナの匂いのする地盤を、ゲーム化するにあたって和らげ、プレイヤーにいやらしく媚びた「モドキ作」が、これまで掃き捨てるほどリリースされてきた。

この作品は、マシン性能の格差、レース中のアクシデント発生といった要素が、とても丹念に練り込まれている。そのため、難易度は調整できるものの、完走することさえ相当シビアである。

また、ライン取り、トラクションの駆け方にも、実にセンシティブなテクニックを要し、マシン操作の奥行きの深さが感じられる。

証拠、デタラメなライン取りは、即スピンアウト。F1マシーンの路面に対するナイーブさが、こちらにハッキリと伝わってくる。



さらに、ほぼ現実のレースバトルが再現できる点にも注目したい。この一片においては、F1ゲームはおろかレースゲーム史上、頂点に達したレベルといってもよい。「1台でも多く抜き去りたい」というプレイヤーの最大欲求は、これまでのF1ゲーム、レースゲームのように簡単には満たされない。順位を上げたいなら、ただアクセルを全開にして熱くなるだけではダメ。他車の走りを背後から冷静に観察し、抜きどころを見極め、マシンを正確に操作するテクニックが必要不可欠となる。この流れから「実際のオーバーテイクとはこういうものか」と学んだプレイヤーも多いであろう。

この作品に最も共感できるのは、そうした現実のF1さながらの過酷な環境を形成しているという点である。プレイヤーにとっては非情で、残酷ともいえる高い難易度を誇っているが、それはこれまでのF1ゲーム、そしてレースゲームというものが、単にコース上の車をテキトーに操作していたに過ぎなかったということだ。

この作品の残酷さに深い理解を示し、そして胸高なるのは、F1中継を毎レースかかさずチェックしている真のファンだけである。「深夜にたまたまF1中継が放映されていたから見た」といった程度のユーザーには、他に楽しめるレースゲームがいくらでもある。

PROFILE

イワタカヅト

ゲームシナリオライター。代表作に「スカラブローニ（WIN95版）」などがある。将来の希望はＦ１解説者。元Ｆ１ドライバー、ステファン・ヨハンソンのヘルメットが宝物。Ｆ１のＶＴＲ観戦は寝る前の日課である。

関連作品

グランツーリスモ（RCG）

メーカー：SCEI／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／発売日：'97年12月23日

車の持つリアルさを追求した「グランツーリスモ」。その魅力は車種の選択、セッティングと車自体の攻略の楽しさであり、レースゲームの一つの回答がそこにある。

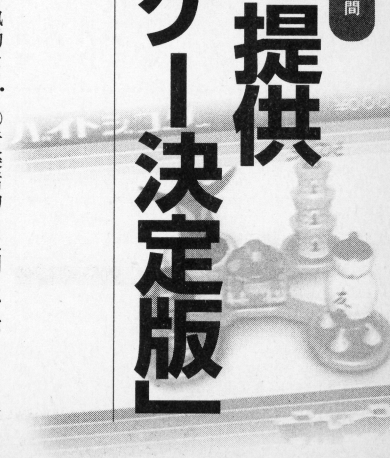
フォーミュラ・ワン97（RCG） メーカー：SCEI／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／発売日：'98年1月15日

グルーヴ地獄V

極めて高次元の笑いを提供 電気グルーヴ流「クソゲー決定版」

あの電気グルーヴがプロデュースした本作品は、シニカルで挑発的なテクノっぽさが横溢する痛快な作品だった。

レビュアー●イワタカヅト　プレイ時間●7時間



彼らお得意の「悪ノリ」が作品全土を覆っている

たとえるなら、新学期を迎えた初めての自己紹介の場で、「ボクってトンでもない落ちこぼれで、おまけにガンをわずらっているんです」と正々堂々と発言するようなもの――――。

「クソゲー決定版！」と銘打つこの作品、人気テクノアーティスト「電気グルーヴ」がプロデュースした、ジャンル分け不可能の異端作である。

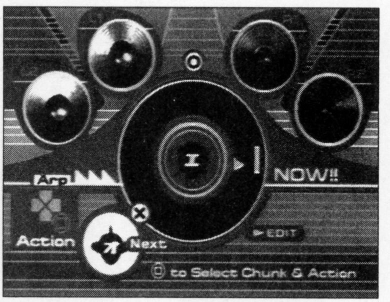
彼らお得意の「悪ノリ」が作品全土を覆い尽くし、非常に「毒」のある仕上がり。特にコンセプトづくりにおいて、「クソゲー」という、ゲーム史における「悪性腫瘍」をあえて取り入れ、こともあろうにそれをウリにしている。

まさに、自らの弱点をさらけだすといった「かく乱戦術」としかいいようがない。酒に酔ったフリをして相手を翻弄する「酔拳」のごとく――――。

かくいう筆者も、『ラブクエスト（SFC版）』という作品にて、これと同様の手法を用いた「前科」がある。そして案の定、各誌のレビュアーの面々から、さまざまな珍評価を頂戴した。「なんとも困ったゲーム」「本邦初、クソゲー確信犯」「その低姿勢に拍手」――――。

――さておき、この作品は、「電気グルーヴらしさ」が執拗なまでに漂う内容である。ここでいう「らしさ」とは、次に挙げるポイントを指す。

①デトロイト系テクノを敬愛する石野卓球の音楽価値観。



ミュージックエディタ部分は本格的な作りである。

②音楽活動とは別に、バカ・カルチャー（略してバカルチャー）とのつながりが目につく、電気グルーヴのスタイル。

石野卓球は、年に数回、イエロー（東京・西麻布にあるクラブ）などで、生のDJプレイを見せてくれる。ジェフ・ミルズ、ジュアン・アトキンスといったデトロイト系テクノ界の大御所のレコードをターンテーブル上で回す彼。ここでは、石野卓球という1人の音楽アーティストの神髄をうかがい知ることができる。

この作品のメインパートであるミュージックエディタは、その状況にほど近い環境でDJプレイを楽しむことが可能。単にレコード



某有名ゲームをパロったミニゲーム（？）。強烈。

を再生するだけでなく、ディレイ、リバーブ、インターバルミュートといった本格的なＤＪ機能が搭載されているため、イージープレイ（カンタンな演奏）から、ハイレベルな演奏まで、幅広いＤＪプレイが楽しめる。

そして、この作品のもうひとつのウリ、それは「おバカな」ミニゲームの数々。地獄の世界で行う交通量調査、心霊写真の鑑定、さらには無限に表示されるボールペンにキャップをはめ込むだけといったひたすら退屈な単純労働――。

「バカドリル」「バカはサイレンで泣く」（ともに扶桑社より発売）などの人気バカルチャー著書の制作にも協力している電気グルーヴの面々。彼らが発する「バカさ加減」には、常に暴力的で狂気じみたティストがこめられている。それは、この作品のミニゲームにも十分活かされており、「高次元の笑い」を提唱している。

この「高次元の笑い」をカタチにするという作業は、容易なことではない。叙情的なものを徹底的に軽蔑し、人間臭さ、生真面目さを根底から小バカにする姿勢、そして、それらを間接的に表現する「さりげなさ」を身につけた者でなければ、成し遂げることは不可能なのである。

この作品のユーザー層は、「電気グルーヴ」のそうしたセンスに魅力を感じ、同時に「カッコイイ」と判断する人々。ミュージックエディタ、ミニゲーム、さらにはパッケージからマニュアルに至るまで、ユーザーの期待を裏切っていない点は大いに評価したい。

音楽史的に見て、テクノ系のアーティストとは、権力や商業主義、そしてポピュラーなものを嘲笑し、パロディ化するのを好むようだ。

たとえば、ベルギーのデステクノ系ユニット「ＬＡスタイル」は、「かのジェームス・ブラウンは死にました」というタイトルの曲をリリース。また、ドイツの「クランツ」は、母国の現首相であるヘルムート・コール氏を「すでに亡くなっている」と図々しくも曲名に刻んだのである。

これらの曲は、'90年代前半になり「カウンターベルジャン」や、「ハードコアテクノ」のジャンルを確立し、ロンドンやニューヨークのクラブシーンの圧倒的支持を受けながら、やがてテクノ音楽史を揺るがすまでの成長を遂げた。

「グルーヴ地獄Ｖ」は、全体の構成やビジュアル面において、いわゆるゲーマーにしか支持されない作品、たとえばポリゴン技術のレベルの高さを鼻にかけた格闘ゲームとか、人気声優の起用をウリにするギャルゲーなどをさりげなく嘲笑するかのようなスタンスが痛快であり、挑発的である。実に抽象的な見解だが、このシニカルで排他的な部分に「テクノっぽさ」を感じるのは筆者だけであろうか。

本誌14号の「バカゲーだしま専科」でも述べたが、自らを「クソゲー」と名乗るのは、確実に共感が得られるものの、それ以上にさまざまなリスクが大きく伴う。したがって、商品化するにあたっては、相当風当たりが強く、妥協を余儀なくされるのが現実である。

しかし、その「クソゲー宣言」も、ゲーム業界外の人間が発すれば、美的なほどカタチになるのだから恐れ入った。しかもその発信元が「電気グルーヴ」なのである。商品価値が下がるワケがない。

「クソゲー、そしてバカゲーの今後に幸あれ」である。

PROFILE

イワタカヅト

ゲームシナリオライター。代表作に『ラブクエスト』（日本バカゲー大賞グランプリ作）などがある。この他、最近では、ともさかりえ、相川七瀬などのプロモーションビデオにニセ警察官役で出演中。

関連作品

ラブクエスト（RPG）
メーカー：徳間書店インターメディア／機種：スーパーファミコン／価格：¥9,800／発売日：'95年3月17日

イワタカヅト氏がシナリオを担当した恋愛RPG。女の子を口説くという訳のわからない戦闘システムや「おぺろぺろ〜ん」といった意味不明なセリフなど、制作者の開き直り具合が素晴らしいバカゲー。

グルーヴ地獄V（クソゲー） メーカー：キューン・ソニーレコード／機種：プレイステーション／価格：¥5,040／発売日：'98年1月8日

GameSoft Review 5

トゥームレイダー2

前作から一年を経て発売された「2」は、前作のファンに贈られた挑戦状だった

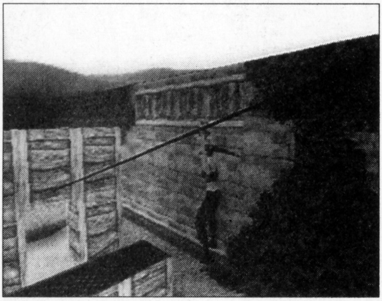
前作を凌駕する難しさを誇る「トゥームレイダー2」。だが、難しさの奥に得難い面白さが存在するのだった。

レビュアー●編集部　松井　プレイ時間●68時間

主人公レイラ・クロフトが活躍する3Dアクションアドベンチャー「トゥームレイダース」は、SS版・PS版を合わせて20万本を超えるヒットとなり、「洋ゲーは売れない、つまらない」という固定概念を見事に打破してくれた。

それから一年、早くも続編である「トゥームレイダー2」が発売された。前作は遺跡探索がメインの「インディージョーンズ」風だったが、今回は銃撃戦が多く乗り物にも乗れる「007」風だ。レイラのアクションも増え、ゲームとしての奥行きはさらに広がった。

続編の作り方には様々な方法があるだろうが、本作品は明らかに「前作を遊び尽くしたユーザーに向けた上級バージョン」である。なにせ、最初のステージから大岩は転がってくるわ、串刺しの落とし穴があるわ、左右から槍だらけの壁が迫ってくるわで複合即死トラップの連続。前作を未経験で「2」から始めた人にとっては、のっけから凄まじい難易度の高さである。トラップの難しさだけではない。銃を持った敵が序盤から大挙出現したり、フィールドの構造の複雑化なども難しさに拍車をかけている。



より多彩になったレイラのアクションは必見。

そのため、敵を倒すごとに、トラップをクリアするたびに、チマチマチマチマとセーブを繰り返す必要があるのだ。あまりにも高い難易度に加え、こまめなセーブ作業を強いられることが、ゲーム進行を阻害し、いまいちゲーム世界に入り込めない要因になっているような気がしないでもなかった。

前作は「難しさの奥に面白さがある」と評されたが、「2」は難しさの壁が非常にブ厚くなり、面白さを感じられるまでかなり苦労させられてしまうのだった。だが、完成度は極めて高く、ボリュームのあるゲーム性とシナリオは素晴らしい傑作であることは事実。難しさを乗り越え、ぜひともこの面白さを体験してもらいたい。

本作品は、「1」をクリアした人への新たな挑戦状である。そのため、いきなり「2」からプレイするのはあまりにも無謀というもの。まず「1」をクリアしてから挑戦しよう。そうすることで必ず「2」の持つ面白さを体験できるはずである。

PROFILE

編集部　松井

ゲーム歴18年。主に格闘ゲーム&シューティングゲーム担当。注目しているゲームは「DIE BY THE SWORD」(別名・ファンタジー調ブシドーブレード残虐版)。日本語版発売切望。

関連作品

トゥームレイダース (アクションAVG)

メーカー：ビクターインタラクティブソフトウェア／機種：セガサターン・プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'97年1月24日(SS)・'97年2月14日(PS)

イギリスのソフトメーカー、コアデザイン社が8年もの歳月をかけて制作した傑作アクションAVG。日本国内でも洋ゲーとしては異例のヒットとなった。本誌14号参照。

トゥームレイダー2 (アクションAVG)　メーカー：ビクターインタラクティブソフトウェア/ビクターソフト/機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'98年1月22日

ドミノ君をとめないで。

アイディアとシステムが上手く噛み合ったアクションパズルゲーム

「ドミノを並べて倒す」そんな単純な行為の中に潜む快楽を見事ゲームに昇華させた作品。

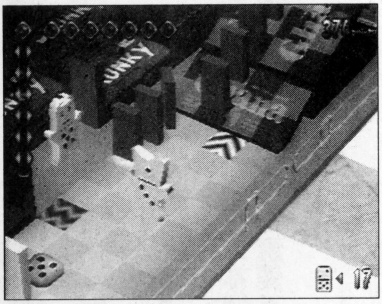
レビュアー●編集部　松井　プレイ時間●13時間

奇抜だけど楽しいオリジナリティの高い作品

「ドミノ君をとめないで。」は、ドミノ倒しをフィーチャーした小品ながら良質な作品である。

　本作品の優れた点は、実際のドミノ倒しの醍醐味を上手くゲームに変換した点に尽きる。ドミノを慎重に並べて連鎖を作る作業では、ドミノ倒し作成の緊張感が味わえる。怒濤の如く倒れていくドミノが次々と仕掛けを発動させていく光景は、正にドミノ倒しのカタルシス&エクスタシー。プレイヤーキャラ自身がドミノを並べ、自身が倒すというアイディアが実に見事。パズルゲームとしての中毒性もあり、奇抜なアイディアに上手くシステムが追随した良質のアクションパズルゲームと言えるだろう。

　また、演出面にもかなり力が入っている。登場する仕掛けの数々は見ていて笑えるものが多く、例えばコンビニステージでは、グリコのオマケが飛び出してきたり、「サッポロ一番」のCMさながらに『長ネギ、ニンジン、シイタケ〜』と野菜が出てきたり……。「ドミノ君」を始めとするキャラクターたちもコミカルで、ただゲームを眺めているだけでも楽しめる小粋なパーティゲームでもあるのだ。



操作性に難アリだけど、楽しいから、良し。

　以上のように、良くまとまった佳作といえる本作品だが、惜しむらくは全6ステージとボリュームが薄い点である。システム自体が単純なだけに、この少ない面数だけではユーザーが物足りなさを感じてしまうのではないだろうか。使えるキャラクターを増やしたり、連鎖を極めるといったやり込み方もできるが、やはりもっと多くの仕掛け、多くのステージを用意して欲しかったところである。最終面がいきなり難しくなるので、もう少し段階を踏んで難しくしていけばよかっただろう。また、ルール説明を兼ねた練習ステージなども欲しかったところだ。

　だが、コストパフォーマンスは低いとはいえ、この優れたゲームデザインとオリジナリティは高く評価されてしかるべきだろう。

　こうした意表を突いた新機軸の作品を突然リリースしてくるから、アートディンクというメーカーは実に油断ならないのである。

PROFILE

編集部　松井

ゲーム歴18年。主に格闘ゲーム&シューティングゲーム担当。好きなアクションパズルゲームは「パネルでポン」と「クォース」で決まりでしょう。

関連作品

ドミー（ACG）
メーカー：テクノスジャパン／機種：アーケード／発売年度：'83年

「ドミノ君」に先駆けること15年。アーケードで発売されたドミノ倒しゲーム。多くのドミノをまとめて倒せば高得点というところなど、「ドミノ君」に通じるものがある。

ドミノ君をとめないで。（ドミノ連鎖型ACG）　メーカー：アートディンク／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'98年1月8日

R・TYPES

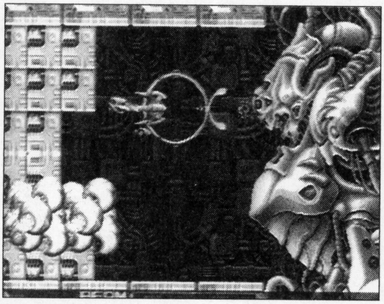
至高の横スクロールSTG「R・TYPE」シリーズ復活の意味

「R・TYPE」「同Ⅱ」を完全移植した本作品は、改めて同シリーズの凄さを見せつけた意義ある一本だった。

レビュアー●広尾遊戯　プレイ時間●8時間

単なる懐古趣味の域を超えて、今一度立ち向かうべきゲームがある。その様な作品がほぼ完全に原形を留めて今に復刻される事は純粋に喜ばしく思うし、これを可能とする今世代機の価値も実感する。横スクロール型シューティングの発展に極めて重要な功績を残し、今なおその影響を与え続けている「R・TYPE」及び、その正当な進化、発展形態である「R・TYPEⅡ」をカップリングした本作「R・TYPES」は、正にその好例を示すソフトだ。

移植の具合はほとんど完璧と言える。PCエンジン版「R・TYPE」と同様にゲーム画面の縦幅がオリジナルより16ドット狭く表示されてしまうことが惜しまれるが、これはかりはハード的な制約でもあるし、それ以外の不満点は特に見当たらないので良しとする（「Ⅱ」4面のフェードのバグまでもが忠実に再現されているのには苦笑させられたが……）。


「Ⅱ」の画面。移植はほぼ完璧である。

本作の価値はなんといっても「Ⅱ」に尽きる。過去にPCエンジン版で十分に満足のゆく「Ⅰ」を堪能した私にとって、「Ⅱ」の完全移植は願って止まないものがあった。アーケード版がリリースされた当時は、そのあまりの難易度に志半ばで挫折、以来コンシューマへの移植をひたすら待ち望んでいたのである。もはやそれはあり得ない事と最近では諦めてしまっていたのだが、ついに念願は叶ってしまった。

単なる移植に留めない工夫としてデュアルショックへの対応があげられるが、これが予想以上の効果をあげていたので驚きだ。正確なオペレーションを必要とするゲーム内容だけにプレイ進行の妨げにはなるが、振動の強弱により演出される戦闘の臨場感はなかなか捨てがたく、ひたすら心地よい。だから設定は常にONで臨んでしまうのである。

近年、多くのジャンルが3D化を果たし、ゲームは新たな表現の時代へと移行しつつある。だが2次元だからこそ成せる技もある。そして2作の「R・TYPE」はその一つの究極を示している。

横スクロール型のシューティングでは決定打に欠ける昨今、今一度振り返り、立ち向かうべきものがそこにはある。

PROFILE

広尾遊戯（ひろお・ゆうぎ）

1967年生まれ。わりと古株の絵描きなんですが、今自らの３Ｄ化にとっても苦戦しています。必要最低数のスタッフで、小粋かつ独特なアクション系の作品をじっくりと作ってみたいな。

関連作品

イメージファイト（STG）
メーカー：アイレム／機種：アーケード／
発売年度：'88年
「R・TYPE」に続くアイレムの傑作シューティングゲーム。スピードチェンジやポッドシュートなど、卓越したアイディアは今なお色褪せることはない。

R・TYPES（STG）　メーカー：アイレムソフトウェアエンジニアリング／機種：プレイステーション／
価格：¥5,800／発売日：'98年２月５日

GAMESOFT REVIEW 8

天誅

忍者気分を十二分に体験できる満点の忍者ゲーム

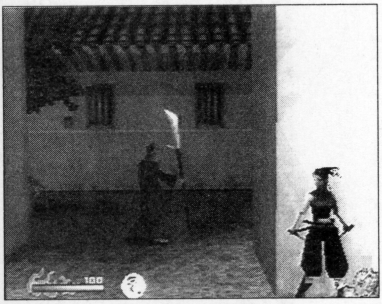
ゲームとしての不満はある。だが「忍者活劇」というコンセプトを巧みに体現化した「天誅」は実に見事な作品だった。

レビュアー●平和島ミチロウ プレイ時間●16時間

「天誅」、この作品に対する評価は、一般的にこんな感じだろう……「敵に忍び寄って一撃必殺というアイディアは面白く、忍者という存在を上手くデフォルメしているところも良い。だが操作性やカメラワークに難があり、プレイしていて不満が募ることもしばしば。光る部分はあるが、全体的に粗削りな印象。7点」……事実、本作品をプレイした上で的確かつ明解なレビューを書くとなると、どうしてもこうした結論に辿り着いてしまうのだ。

しかし、満点。

この作品は10点満点をつけてもよい作品ではないかと思う。この作品ほど忍者らしいアクション、忍者らしいシチュエーションで遊べる作品は他にない。「忍者ゲーム」という点からすれば、本作品は正に満点の出来。それほど忍者になりきってプレイできるのだ。敵に見つからぬよう壁伝いに忍び歩き、背後から接近、電光石火で敵の喉元を切り裂き暗殺、そしてまた闇へ……。そうした一連のアクションの中に、漆黒の闇を跳梁する暗殺者「忍者」の美学が表現されており、コンセプトとゲーム性が見事に融合している。また、敵を倒すことがゲームの主眼ではないところも斬新で良い。例えば、なるべく敵に遭遇しないよう屋根の上を伝って進むところなどは実に忍者らしいもので、説得力がある。普通ならば「ゲームなんだからやっぱり敵と戦わなきゃ」となるところを、あくまで忍者という素材を上手く活かす方向性を選択し、ゲームの常識を否定してまで作品性にこだわった開発陣の勇気に拍手。



壁に張り付いて敵の隙を狙う。緊張の一瞬だ。

また、いわゆる「時代劇のお約束」を盛り込んだ演出も面白い。「よいではないか」と腰を振って女中に迫る越後屋、いかにも「斬って下さい」といわんばかりにあくびしている門番、敵を一撃で倒した時の「必殺シリーズ」のようなアクション等々、時代劇のツボを抑えた演出はコミカルであるが、「忍者活劇」という本作品の主題に則った優れた演出と言えるだろう。

本作品をプレイ中、常に忍者気分に浸っていることが出来た。これは正に最高の「忍者ゲーム」だ。

だから、満点でも、いいじゃないか。

PROFILE

平和島ミチロウ（へいわじま・みちろう）

ゲームライター兼エセ詩人。「バイオ2」「トゥーム2」「天誅」「ナイトメア・クリーチャーズ」を一気にプレイして三半規管が破損した武闘派バカゲーマー。www01.u-page.so-net.or.jp/ya2/michirou

関連作品

ブシドーブレード（格闘ACG）

メーカー：スクウェア／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'97年3月14日

スクウェアが発売した、体力ゲージを廃した一撃必殺の闘いが特徴の３Ｄ剣劇アクション対戦ゲーム。先頃、続編である「ブシドーブレード弐」が発売された。

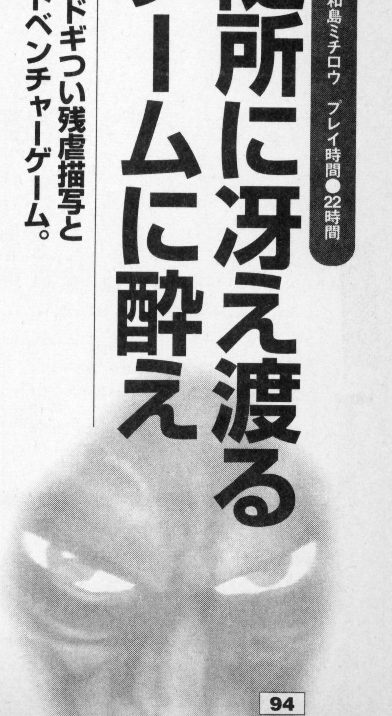
天誅（アクションAVG） メーカー：ソニーミュージックエンタテインメント／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'98年２月26日

ナイトメア・クリーチャーズ

恐怖の演出が随所に冴え渡る戦慄のホラーゲームに酔え

「ナイトメア・クリーチャーズ」は、あまりにもドギつい残虐描写とクリーチャーの存在が印象的なアクション・アドベンチャーゲーム。

――レビュアー●平和島ミチロウ　プレイ時間●22時間



すいません。甘く見てました。「トゥームレイダース」と「バイオハザード」と「トバルNO.1」を足して3で割っただけのB級ゲームだとばかり思っていました。プレイして30分ぐらいは面白さに気づきませんでした。

……すいません。認識が甘かったです。反省します。

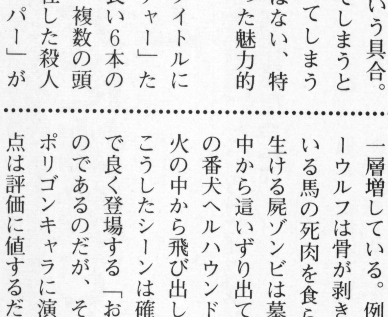
血の惨劇を盛り上げる圧倒的な演出力

この「ナイトメア・クリーチャーズ」は、ジャンルで言えばアクション・アドベンチャーゲーム。1666年に起きた「ロンドン大火災」をモチーフにしたゴシックホラー作品である。

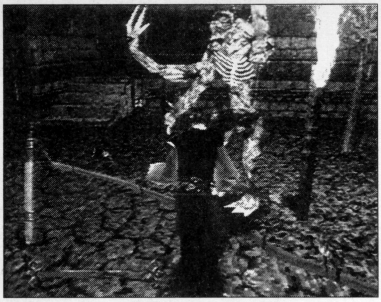
ゲーム内容は、先にも述べたように「トゥームレイダース」の如く3Dダンジョンを探索し、「トバルNO.1」のクエストモードのように格闘スタイルで敵と闘いつつ「バイオハザード」のようにアイテムを使う……という具合。こう身も蓋もなく言ってしまうと単なる真似ゲーに思えてしまうが、決してそんなことはない、特異で独特な世界観を持った魅力的な作品なのである。

まず特筆すべきは、タイトルにもなっている「クリーチャー」たちの圧倒的な存在感。長い6本の手足を持つスパイダー、複数の頭部を持つピープス、実在した殺人鬼「ジャック・ザ・リッパー」がモデルのフェイスレスマン等々、その禍々しい異形の者たちのデザインは秀逸。また、そうしたクリーチャーたちが漠然と配置されているのではなく、登場シーンなども凝っているため、その存在感が一層増している。例えば、人狼ワーウルフは骨が剥き出しになっている馬の死肉を食らっていたり、生ける屍ゾンビは墓石の下や棺の中から這いずり出てきたり、地獄の番犬ヘルハウンドは燃え盛る業火の中から飛び出してきたり……こうしたシーンは確かに映画などで良く登場する「お約束」的なものであるのだが、それらを巧みにポリゴンキャラに演じさせている点は評価に値するだろう。とにかくクリーチャーたちの鮮烈なアクションは必見である。

クリーチャーだけではない。全体的な雰囲気作りも目を見張るものがある。ロンドンの街並みを再現したグラフィックや雪・霧とい



雪の上に鮮血の跡。静謐な演出が恐怖を呼ぶ。


おぞましいクリーチャーたちが容赦なく襲いかかる。

った自然現象のエフェクトなど、細部に至るまで作り込まれている。おどろおどろしくも格調高いBGMが相まって、実に壮大なホラーファンタジーの世界を構築しているのだ。ホラー・オカルト好きの人間には堪えられない作品といえるだろう。

それにしてもこの作品、あまりにも残虐描写が多い。アイテムである「カッター」を使えば、クリーチャーの首は吹っ飛んで転がり、手足は四散、おびただしい血しぶきが飛び、バラバラと肉塊が横たわる……。別にそれを否定するつもりはないし、こういった過激な表現がホラーゲームとしての魅力を倍加させているのも事実。

ただ、ハードホルダーであるSCEIから本作品のようなキツい表現のゲームが出てしまうと、他のメーカーから「これが許されるんだから、これもOKだろう」と安易に残虐描写が登場するゲームが出てしまう危険性を孕んでいるとも言えるだろう。

ゲーム的には単調だが優秀なホラー作品

一方、システム面・ゲーム性に関してはどうだろうか。

まず、ライフゲージとは異なるセイラムゲージの存在が面白い。これは、敵と戦闘を行わないと減少していき、ゼロになると今度はライフゲージが減っていくというもの。このセイラムゲージの存在で、常に敵を倒して行かねばならない。そのため、敵との戦闘がきちんと意味を持ち、最後まで非常にテンポ良くゲームを進めることができた。これは戦闘と探索をバランス良く遊ばせるための、なかなか上手いシステムだと感心させられた。

ただ問題なのは、肝心のアクション部分にいまいち面白さが感じられないこと。これは、敵との戦闘があまりにも簡単であることに起因している。洋ゲーである本作品は元来かなり難易度が高かったらしく、それをそのまま日本に持ってくると厳しいのでローカライズした結果、ここまで簡単なゲームになったようだ。そうしたローカライズは、ユーザーフレンドリーである半面、ゲーム的な面白さをも削いでしまった感がある。どんな敵でもひとたび懐に入りこんでしまえば、そのままボタン連打で倒すことができ、最後まで作業的プレイでクリアできてしまう。いわゆる「連打ゲー」になってしまっているのだ。せっかくボタンの押し方によって技が変わる「コンボシステム」があるのに、それを使う必然性がない。また、ガード中は完全無敵ということもあって、とりあえずガードしていればなんとかなってしまう。こうした格闘アクション部分の単調さにより、アクションとアドベンチャーのバランスが崩れている（戦闘が作業でしかない）のである。せっかく世界観、クリーチャー、セイラムゲージシステムなどが恐怖を演出しているのに、肝心のゲームが簡単すぎるため緊迫感が希薄だったのは本当に残念。

そうしたアクションゲームとしての大味さが惜しまれるものの、やはりホラーゲームとしての高い完成度には最大級の賛辞を贈りたい。既存のゲームに飽きたらず、もっと刺激を求めるユーザーは、ぜひこの悪夢的地獄絵図に身を投じていただきたい。必ずや衝撃的な体験を得られるはずである（もちろんデュアルショック必須）。そして、クリアした後にはさらに新たな衝撃が……。

PROFILE

平和島ミチロウ（へいわじま・みちろう）

ゲームライター兼エセ詩人。「バイオ２」「トゥーム２」「天誅」「ナイトメア・クリーチャーズ」を一気にプレイして三半規管が破損した武闘派バカゲーマー。www01.u-page.so-net.or.jp/ya2/michirou

関連作品

トゥームレイダース（アクションAVG）

メーカー：ビクターインタラクティブソフトウェア／機種：セガサターン・プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'97年1月24日(SS)・'97年2月14日(PS)

イギリスのソフトメーカー、コアデザイン社が8年もの歳月をかけて制作した傑作アクションAVG。日本国内でも洋ゲーとしては異例のヒットとなった。本誌14号参照。

ナイトメア・クリーチャーズ（ホラーACG）　メーカー：SCEI／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'98年2月26日

GameSoft Review 10

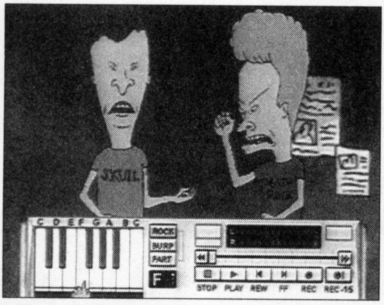
ビーバス&バットヘッド ヴァーチャル・アホ症候群

——レビュアー●南敏久 プレイ時間●14時間

アニメ本来の面白さが伝わらない退屈なアドベンチャーゲーム

MTVのアニメ「ビーバス&バットヘッド」のゲーム化である本作品。だがその出来は、首を傾げたくなるものであった……。

「ビーバス&バットヘッド」(以下B&B)は、MTV内で放送されている、ステゴザウルス以下の脳ミソのアホ高校生2人のバカ生活&クソ発言を描いたアニメーション作品だ。日本では某スーッとするお菓子のCMに登場したぐらいで知名度は今一つ低いのだが、本国アメリカでは映画にもなっていて、ブルース・ウィリス&デミ・ムーアが声の出演をしていたりする人気キャラクターなのである。今回の「B&B ヴァーチャル・アホ症候群」は、そんな彼らが暴れるアドベンチャーゲームの日本語版だ。2人の声には(これはもうパッと見ただけで選んだと思われる)ロンドンブーツ1号2号があたっている。で、私は「B&B」もロンドンブーツも好きなので、非常に言いづらいのだが、このゲーム、相当につらい出来なのだ。



ミニゲームは馬鹿馬鹿しくて良いのですが……。

ゲームは「話す」「見る」などに対応したカーソルで画面上をクリックして進んでいくのだが、ストーリーの進行上カギとなるアイテムがまったく確認不可能だったり、ヒントが分かりにくい上にアイテムの使用方法や話の展開も無茶苦茶。あたかも平成の「たけしの挑戦状」。あちこち彷徨ってばかりでプレイ時間を無駄に延ばされているようで、退屈な印象だけが残る。

それでも「B&B」のトンチキな会話や一挙一動が面白ければそんな時間も楽しく過ごせるのだが、日本語の関西弁で「超訳」されたセリフは何だかオリジナルとはノリが違うし(ビーバスがカプチーノ飲んで暴走する所など、完全に迫力不足)、ロンドンブーツの2人については明らかにミスキャスト。

主人公の2人については無理に日本語訳せずに、いっそのこと吹き替えナシのままでも十分だったのではないだろうか?(もともと何言ってるんだか分からないような連中なんだし……)。

アメリカ側と日本側の二重のミスにより、ゲーム版「B&B」は原作であるアニメの魅力がまったく感じられない、何ともCOOL(寒い)な一本になってしまった。主人公の2人が日本でメジャーになる日は、また遠ざかってしまったようである。

PROFILE

南敏久(みなみ・としひさ)

造型助手&怪獣博士。ゲーム歴13年。AVGといえば心に残るのはやっぱ「デッドゾーン」(キャリーでぇ～すの方)。3Dもののアクションや STGが今一つ肌に合わない。なんとかならんもんでしょうかねぇ。

関連作品

たけしの挑戦状(AVG)

メーカー:タイトー/機種:ファミリーコンピュータ/価格:¥5,300/発売日:'86年12月10日

あのビートたけしが監修した神話的難解不条理アドベンチャーゲーム。クソゲーの代名詞として今でも話題になることは多い。自力で解くのはほぼ不可能である。攻略法は弊誌14号を参照のこと。

ビーバス&バットヘッド ヴァーチャル・アホ症候群(AVG) メーカー:ビー・ファクトリー/機種:プレイステーション/価格:¥5,800/発売日:'98年1月29日

ロストチルドレン

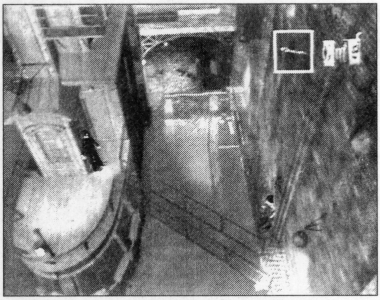
「失われた子供達の街」への道を遮る幾多もの断層

『デリカテッセン』『エイリアン4』などで知られるフランスの鬼才監督・ジュネ。本作は彼の同名映画を元にイギリスのシグノシス社がAVG化したものである。その出来とは…。

レビュアー●卯月 鮎　プレイ時間●6時間

中国から帰って来た友人が私にいった。「犬を食べてきたよ」。「うげげ」と思いつつも興味深く体験談を拝聴したが、さすがに抵抗を感じた。ま、日本人なら大体そんなものだろう。犬という生物は「ペット」というカテゴリーに入っているから、犬を食べるという話はペットを食べるという行為に置き換えられてしまう。しかし、中国の一部の地域ではそうではない。犬は「食材」というカテゴリーに入っている。そこの住人は犬を食べる行為に罪悪感を感じないわけだ。日本人の判断基準では計れないことがこの世にはたくさんある（弱肉強食捕鯨歓迎）。何故こんなことを書いたかというとそれは『ロストチルドレン』にも通じるポイントだからだ。

たとえばタワシをゲーム内で手にいれたら、どんな使い道を想像するか。普通なら汚れを取るとか掃除人に渡すとか膝が悪いので地蔵を洗うとか、とりあえず使い道が限定される。ところがこのゲームは違う。敢えてネタバレすると「レジスターに突っ込んで金庫に流されている電流を止める」ために使うのだ。すごいや。一事が万事この調子だが、お茶の間留学のつもりでプレイすると興味深い。



美しい映像と操作性の悪さは芸術的ですらある。

原作のフランス映画は狂気を湛えた港町を舞台に、心は年老いた美少女（9歳）とサーカスの純粋な怪力男の冒険を描いた幻想的な物語だった。孤児院院長の命令で盗みを重ねる彼女はある日弟を捜す怪力男に出会い、彼に惹かれるままに事件に巻き込まれていく…。歪んだ映像はまさに退廃と耽美の極み。それをゲーム化する時、イギリスのシグノシスはどうしたか。映像だけを偏執狂なまでに作り込んだのである。そこで本作は「ストーリーはどっか行っちゃった。操作系も悪い。けど、ダークな雰囲気はびしばし感じる美術作品」になった。それはそれでゲームの一つのあり方としても比較文化の材料としても面白い。日本で間違った売り方をされてなければ。このゲームの宣伝文句は「声優の宮村優子が吹き替え！」だった。一方プログラムの方は素人目にもいじられた形跡がない。操作系をまとめるだけでも印象は変わると思うのだが。どうやらディスコミュニケーションは日本人の間でも存在するらしい。

PROFILE

卯月　鮎（うづき・あゆ）

1975年生まれ。海外ゲーム等の翻訳に携わる。また、おバカ系教育テレビ評論家でもある。お気に入りは『ストレッチマン』。このヒーローはストレッチをすることで怪人をも倒すストレッチパワーがたまるのだ。続く。

関連作品

バイオハザード（AVG）
メーカー：カプコン／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／発売日：'96年3月22日
アングルの決められた映画的な3D空間、ラジコン式の操作性など、共通点は多い。発売当時に指摘された操作性の悪さは『ロストチルドレン』に比べれば可愛いものだが。

ロストチルドレン（AVG）　メーカー：ゲームバンク／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／発売日：'98年1月15日

EGG

懐かしいのに新しい。卵から生まれた優良アイディアゲーム

卵で遊ぶ陣取りゲーム。『ＥＧＧ』はアイディアがゲームの基本であることを再確認させてくれた良作だった。

レビュアー●編集部　田中　プレイ時間●13時間

卵の形と性質を生かしたゲームデザインの妙

幼い頃、陣取りという遊びをしたことはないだろうか。土の上で小石を指で弾きながらやった、あれだ。『ＥＧＧ』とは陣取りを小石の代わりに卵を使って遊ぶ、そんな対戦型ゲームだ。しかし、転がすのはただの卵ではない。直径が数kmはあり、お互いの陣地には文明社会を生むという神様のような物体だ。自分の陣地を広げ文明を最高レベルまで育てるか、体当たりで相手の卵そのもの、あるいは文明の象徴である塔を粉々にしてしまうことがゲームの目的となる。コミカルなゲームを想像されるかもしれないが、異次元にゲーム盤が浮かんだ映像と重く荘厳な音楽はプレイヤーに特異で神秘的な世界を与えてくれる。

では、肝心のゲーム部分はどうか。基本的には陣取りゲームなのだが、転がす物体を卵としたところにこのゲームデザインの妙がある。自分の陣地を広げるためには、卵をより強く、遠くへ転がさなくてはいけないのだが、所詮は卵。転がすだけで傷つき、障害物にぶつかれば一気にひび割れる。しかも卵は楕円形。初めは思い通りに転がすことが至極、難しい。ひびの入った卵を障害物の隙間へ恐る恐る転がす時の感覚は、わずかな力のバランスを楽しむスポーツ、ボーリングやビリヤードに近いと言えるだろう。ただ、気になったのは1プレイモード後半の安易な難易度の付け方だ。ＣＰＵだけが素通りできる障害物が網の目のようにマップに配置されている。そのため、プレイヤーは自由に動くことが出来ず、どうしても守りのプレーを強いられる。結果的に相手の卵を割ることによる逆転勝ちを狙うこととなり、このゲームの基礎である陣取りが意味を成さなくなってしまう。2P対戦などで、昔ながらの陣取り遊びと新しい要素の違和感ない融合を見せてくれるだけに残念な感が強い。また、幾度かＣＰＵが自ら卵を割ってしまい、終了したのも戴けない。

幾つか苦言を呈したが『ＥＧＧ』は、難解なルールを用いる事なく、昔ながらの遊びを発展させた形で楽しませてくれたアイディアゲームであった。地味ながら、まさに殻を破った良作といえるだろう。



文明の創造と破壊。全ては「エッグ」を転がすことで起きる。

PROFILE

編集部　田中

心のＳＬＧは『シヴィライゼーション』。宇宙船を造るより、絶対に世界征服が楽しいですよね。専制君主でGO！　今、期待しているのは『ギレンの野望』の「ティターンズモード」。バスクはもちろん前線送り。

関連作品

ダムダム・ストンプランド（ACG）

メーカー：ソニー・ミュージックエンタテインメント／機種：プレイステーション／価格：￥4,800／発売日：'97年12月4日

影踏みをゲーム化したアクションゲーム。アイディアの着眼点は良かったが、新しい要素が影踏みと上手く結び付いておらず、チグハグで楽しめない。

EGG（SLG）　メーカー：東芝ＥＭＩ／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／発売日：'98年２月19日

GameSoft Review 13

忠臣蔵・検証赤穂事件

データベースとしては良いが ゲームとしてあまりにも芸がない

「赤穂浪士討ち入り」という史実上有名な事件を取り上げた本作品だが、ゲームとして非常に厳しいものがあった……。

レビュアー●平和島ミチロウ　プレイ時間●22時間

さて、突然だが12月14日が何の日かご存じだろうか？　この日は私の誕生日なのである。

……それはさておき、12月14日といえばやはり赤穂浪士47人による吉良邸討ち入り事件、いわゆる「忠臣蔵」が有名だろう。この討ち入り事件を題材としたゲームが発売された。それが「忠臣蔵・検証赤穂事件」である。

タイトル通り討ち入り事件を検証するサウンドノベルズ風アドベンチャーの本作品は、ストーリーの進行と共に討ち入り事件にまつわる諸説が披露される仕組みになっている。「この事件は上杉家の陰謀だった」という真実味ある説もあれば「浅野内匠頭も吉良上野介も男色家で、同じ男の子を取り合った結果、刃傷沙汰になった」という大胆な仮説も登場。「じゃあ赤穂浪士たちはホ○オヤジどものケンカのために死んでいったのか～！」と愕然とさせられてしまったりする。それはともかく、ゲームを通じて討ち入り事件に関する知識を得られることは確かで、この事件に興味があった私は非常に楽しくプレイできた。



登場人物が多すぎて把握しづらい面もある。

しかし……討ち入り事件に興味がないユーザーには正直言ってつらい内容である。ゲーム中はひたすらテキストを追うだけで、ゲーム的な要素は皆無。選択肢によってストーリーが変わるかと言えば、大半がゲームオーバーになるだけ。大胆な仮説は登場するものの、やはり仮説は仮説で終わり、ストーリーは伝えられている事実の枠を出ることはない。まるで退屈な歴史の授業を受けているかのようで、プレイしていて眠くなること必至である。

討ち入り事件に関する資料や用語辞典は豊富で、データベースとしての価値は十分にあるのだが、やはりもう少しゲーム的な仕掛けが欲しかったところ。もっとアイテム探しやミニゲームが入っていれば退屈することはなかったはずだ。また、どうせ仮説を提示するのならば、その仮説を元にしたストーリー展開でユーザーを遊ばせても面白かっただろう。

本作品をゲームというメディアでリリースした真意ははっきり言って分りかねた。ゲームだからこそ出来る表現方法、ゲームならではの物語の提示の仕方を模索していただきたかった次第である。

PROFILE

平和島ミチロウ（へいわじま・みちろう）

ゲームライター兼エセ詩人。12月14日生まれ（ノストラダムスと同じ）。アクションゲーム派としては「ブシドーブレード」や「天誅」みたいな感じで討ち入り事件をゲーム化して欲しいところである。

関連作品

信長秘録～下天の夢～（AVG）
メーカー：アテナ／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日'97年5月30日

戦国武将・織田信長の「桶狭間の戦い」以降の人生を描いた作品。史実を元にしたサウンドノベルズは他に例がなく、同ジャンルの新しい可能性を提示した。

忠臣蔵・検証赤穂事件（AVG）　メーカー：東映ビデオ／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'98年1月29日

ウルトラマンファイティング エボリューション

ファンを唸らせるこだわりに満ちたウルトラの世界

レスポンスの悪い格ゲーと侮るなかれ。動き、音、風景、シチュエーションなど細部にわたって、「これぞウルトラ！」という世界を再現しているのだ。

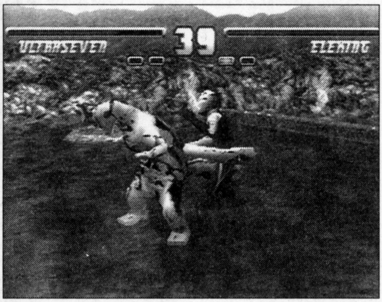
レビュアー●岡元建三　プレイ時間●25時間

「ウルトラマン ファイティング エボリューション」は、ウルトラシリーズモノを題材とした格闘ゲームであり、溢れんばかりのウルトラスピリッツを見せてくれるゲームである。

その内容は、ポリゴンキャラクターによる2D格闘スタイルのオーソドックスなものであり、入力法もバーチャタイプ（P＋G投げとか）の入力法をとっており、いきなりプレイしてもこれまでの格闘感覚で違和感なく操作することが出来る。しかし、そのキャラクターの動きはもっさりしており、その遅さに動きと入力がシンクロせず、格闘ゲームとして見るには物足りないモノとなっている。

ではなぜ、ここまでもっさりしたモノとして仕上げたのか？

それは、「ウルトラマンはこう動くモノだから」という極めて単純明快ながら確信的理由からだったのに違いない！



エレキングの電撃をくらうセブン。そのリアルな動きに注目。

思い返せば、確かに当時TVで見ていたウルトラマンや怪獣達は、巨大感を出すため、ゆっくり、大きな立ち回りをしていた。ダイナミックな動きからその大きさと重量感を表現し、子供心に訴えかけていたのだ。その一番深い印象となっているウルトラらしさに肝を置いた作り、それがこのゲームの神髄なのである。

それぞれのキャラクターの動きは、どれも唸らせるほどに、当時見ていたウルトラであり、怪獣である。中でも、エレキングとダダの動きは馬鹿馬鹿しいほどに良く、エレキングに至っては、怪獣のスーツを着てモーションキャプチャー（通常、モーションキャプチャーのデータ取りを行う際、タイツを着た人によって行う）したんじゃないかと思えるほど、人の関節とは違う位置でカボカボしたスーツの動きを見せており、データを加工した開発者のマニア度には感動である。

キャラクターゲームであるこの「ウルトラ〜」は、格闘ゲームとしては浅く今ひとつと思えるが、ウルトラらしさをふまえた上でプレイしてみて欲しい。そこに広がる空間は、当時憧れたヒーローになれる場所なのである。過去のウルトラのゲームの中でも、その再現度は素晴らしい快作である。

PROFILE

岡元建三（おかもと・けんぞう）

1967年生まれ。造形家。映画・TVCF・ゲームなどのいろんなモノを制作。ジャンルを問わずになんにでも手を出す末期的ゲームジャンキー。ウルトラと聞くだけで買ってしまうトホホな男である。

関連作品

ウルトラマンパワード（格闘ACG）
メーカー：バンダイ／機種：3DO／
価格：8,800円／発売日：'94年3月20日

ウルトラものの格闘ACGで、レッドキングも登場。実写取り込みの映像が使われていた。その後、ポリゴンによる格闘ACG「ウルトラマン光の巨人伝説」がSSで発売された。

ウルトラマン ファイティング エボリューション（格闘ACG）　メーカー：バンプレスト／機種：プレイステーション／価格：￥6,800／発売日：'98年2月19日

GameSoft Review 15

愛しあう事しかできない

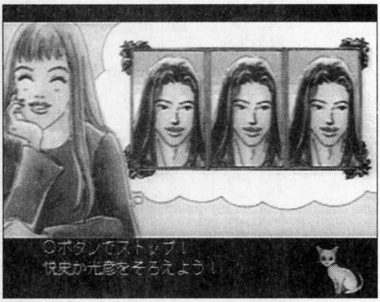
原作に頼りすぎた結果、「ゲーム」とはかけ離れてしまった失敗作

桜沢エリカの起用による、ポリゴン全盛の潮流に流されない映像自体は、大変人目を惹いたのだが…。

レビュアー●編集部　並河　プレイ時間●10時間

『愛しあう事しかできない』は、桜沢エリカの同名原作漫画に基づいた、良く言えばデジコミ風、悪く言えば紙芝居的な恋愛ドラマ体験ソフトだ。桜沢エリカという人気漫画家が描く主人公のスタイルが多くの女性に支持を得ているからなのか、ゲームに馴染みのないそういった一般ユーザーにとっても、大変分かり易いシステムをこの作品は目的としたようだ。

物語の中で分岐点が発生するというのは既存のサウンドノベルとほぼ同じ形態である。異質なのは選択肢が文字で表示されず、分岐点でプレイヤーがボタンを押すか、押さないかで話を進めていくところ。極端に言えば、何も押さずとも話は展開していく。又、プレイヤーになされる質問が「はい」や「いいえ」の二つだけで答えらるようなものばかりではないので、そこで何をし、その結果どうなったのかが伝わってこない。簡易さへのこだわりか、プレイヤーの積極的な参加をこのゲームは望まず、こちら側が刺激されることも少ない。常に遊び手の存在を要求する「ゲーム」という形をとる必然性を、そこから感じ取ることはできない。



このスロットに代表されるミニゲームが、雰囲気を壊している。

では、ゲームになったことで漫画にはない利点はあったのか。確かに音声は入ってはいるが、アニメに関しては口パクだけという個所も多く、まるで前時代のそれを彷彿とさせる。原作とは異なった展開を再プレイで知りたくても、一度クリアした画面を何度も眺めさせられるのは、何とも苦痛だ。

昨今は、ユーザー層の拡大に力を入れているソフトが少なくない。だがこの作品は、初心者にも分かり易いゲームシステム、という概念を完全にはき違えてつくられている。簡単と言えば聞こえは良いがこの場合はむしろ逆で、プレイヤー側には退屈感しか残らない。限りなくお気軽な気持ちでこのソフトを購入したライトユーザーは次もこういう作品、それどころかゲームを手に取るだろうか。

桜沢エリカファンなら買って損なし、というにも程遠い出来のこのソフト。原作とソフトを並べ、消費者がどちらに購入意欲をかきたてられるのかを考えるまでもない。制作者側の姿勢に、首を傾けたくなってしまう、そんな作品であった。

PROFILE

編集部　並河

漫画読破歴２？年。現在も記録を更新中。好きなマンガは、爆発とか戦闘とか派手なシーンのある漫画。これまでのサウンドノベル経験は「かまいたちの夜」と「夜光虫」。そして得意なゲームはやっぱり格闘系。

関連作品

かまいたちの夜（AVG）

メーカー：チュンソフト／機種：スーパーファミコン／価格：￥10,800／発売日：'94年11月25日

チュンソフトのサウンドノベル第２弾。主人公が訪れたペンションの中で、次々と殺人事件が起こる。リアルなＢＧＭ等が物語の雰囲気と上手く融合している。

愛しあう事しかできない（AVG）

メーカー：ココナッツジャパンエンターテイメント／機種：プレイステーション／価格：￥5,800／発売日：'98年２月11日

街

「見えざる手」が導き出す、たったひとつの冴えたやり方

6年。それがチュンソフトのサウンドノベル第3弾『街』に費やされた時間だ。長期間練られた末に出来上がったのは「小説パズル」とでも呼ぶべき作品だった。

レビュアー●卯月鮎　プレイ時間●42時間

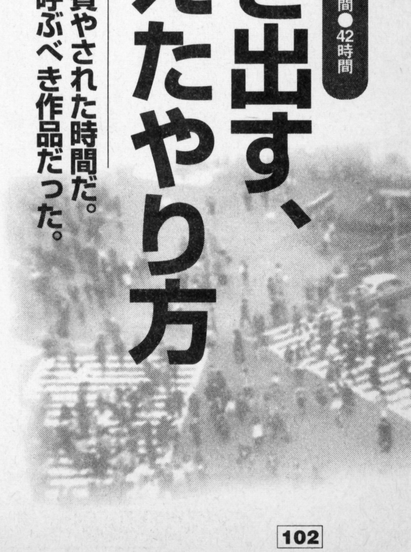
バッドエンドを踏みこえて

ギリシア神話では人間の運命は3人の女神に委ねられている。運命の糸を紡ぐクロト、その糸を絡まないように繰るラケシス、そして、最後に鋏で断ち切るアトロポスからなる三姉妹、モイライ。チュンソフトのサウンドノベル『街』は、この神話に似ている。プレイヤーはモイライの次女ラケシスさながらに8人の主人公たちの運命を操って、彼らの渋谷での5日間の物語を完結に導くことになるからだ。プレイヤーの役割がラケシスだとすると、あとの2人は中村光一とシナリオ担当の長坂秀佳。彼らの綿密な時間軸整理で8人の主人公の取るべき道筋はすでに決まっている。プレイヤーは多様に(バッドエンディングに向かって)枝分かれするマルチエンディングストーリーを、偶然という名の選択肢や**TIP**(下欄参照)、**ZAP**を駆使して一本道にしていくことになる。具体例を挙げる。たとえば主人公1が喧嘩の現場(喧嘩しているのは主人公2)に行き当たる。このストーリーで警察に通報すると、主人公2のストーリーでは2は逮捕され、バッドエンディングを迎えてしまう。そうすると彼の話からザッピングできるはずの主人公3の話はぶっつりととぎれたまま…。というように、面識のない8人の主人公は偶然という名のプレイヤーの作為で絡み合わされ、奇想天外で濃密な空間を作り出し始める。

今回、プレイヤーはおなじみの「僕」じゃない。ここでおさらいサウンドノベルの系譜。そのイメージとは、なんか妙にカンの悪くて掴みづらい性格の「僕」が、友達以上恋人未満の彼女を守ったり殺されたり、大阪に連れていかれたりする、ホラー風味のゲームブック、というのが通り相場。「ゲーム1本買うより文庫本10冊買った方が安くて面白い」と揶揄されたり、グッドエンディングを見つけるまで何度も同じ文章(しかもあまり上手くない)を読まされる、といった欠点も指摘されたりしていた。しかし、過去のサウンドノベルの中にちらちら見えていた「新しい可能性」を『街』はぐわっと掴みだしてのけた。それは読書の楽しさ、ドラマの表現力、ゲームのインタラクティブ性を兼ね備えた新たな娯楽メディア到来の予感。我々は、ハイパーエンタテインメントの誕生に立ち会っているのだ。

愛すべき奴らの奇想天外な5日間

だけど、ここで一旦保留が付く。『街』という作品は、システムのものすごいカッコ良さと対照的に、ある意味ものすごくカッコ悪





安易な取り込みかと思いきや、割と動く。伏線が張ってある。すごい。

いゲームなもんで。まず、雑誌で見ると華がない実写画面。これを見て、ライトユーザーなら安っぽいVシネマ、コアユーザーなら次世代機バブル時代の実写取り込みゲーの悲劇（例：**ワンチャイコネクション**、**ツインゴッデス**）を速攻で連想するだろう。更に今どき感が漂う人物設定（**モテモテ高校生**は10年前か**ビバヒル**のセンスだね、とか）。主人公の一人、**ゲーマー刑事**も迎合されているようでかえって胡散臭い。舞台が渋谷っていうのも何だかなぁ。若者の街、みたいな表面的な印象だけで決めてない？　とどめにCMは**ユリ・ゲラー**。…ごめん、私この人実写で見たの初めてだったわ。

要するに、ぱっと見はアクの強いくさやのようなゲームなのだ。シナリオの基調はコメディタッチで、「読み物としてどうか」という声もある。私も最初、どうしても感性に合わなくて困った。ところが、**ダイエット中のデブ子ちゃん**→**ノイローゼ気味の脚本家**といった、まるでサウナから急に水風呂に入るときのようなザッピング感覚は相当中毒性のあるもので、こうなるとチュンソフトマジックにはまったも同然。やがてゲーマー刑事や**気の弱い大学生**（身近にそっくりな奴がいる）がどうしようもなくいとおしくなる。遊んでみると実は綺麗な実写部分に、一癖ある面々を表現する上での必然性を感じ、行間の深読みに頭を使う。渋谷、という選択の正しさも分かってくる。そして8人8様の意外な結末に、そこまで導いてきた半人前のラケシスとしては、いとおしさとやりきれなさ、切なさが心に重たく残る。その痛みは体験してみないと分からない。

『街』は、例えば全編アニメだったらもっと売れたのかもしれない。アイドルを使えばよかったのかもしれない。でも、ｉｆはやめよう。今は主流のポリゴンだって最初は不評だった。このゲームは、システムと表現手法を一気に刷新したために取っつきにくいけれども、制作側の挑戦の精神は今までと変わらない。むしろ、娯楽性と実験性を兼ね備えたハイパーメディアの可能性を切り開いた。私たちに出来ることは、こういうゲームがあったことを語り継ぎ、**続編**の完成を心待ちにすることだろう。（とはいうものの、売り上げ本数と『**透明少女**』を見ると、ちょっと不安になっちゃうのだった）。

PROFILE

卯月鮎（うづき・あゆ）

1975年生まれ。海外ゲーム等の翻訳を手がける。また、おバカ系教育テレビ評論家でもある。ムービーばっかのゲームやミステリー辺倒の国産小説には閉塞感を覚えていたので、『街』の登場はうれしい。

関連作品

99人の最終電車（ハイパーテキスト小説）

インターネット上で展開されている実験的な小説。地下鉄・銀座線の最終電車に乗った99人それぞれの思惑を描く。文章中に出てきた人物の物語へジャンプが可能など「街」にも通じる部分が多い。作者はミステリ作家・井上夢人。

（http://contents.justnet.or.jp/naminori/99/top.htm）

用語解説

TIP
テキスト中に色付きの語句が表示されることがあり、ボタンで選択すると説明を読める。こんな風に。

ZAP
主人公を入れ替え、別のシナリオを読むこと。

ワンチャイコネクション
サターンと同時に発売されたAVG。主演フッくん、脚本ジェームス三木。火曜サスペンス劇場をとりあえずゲーム機に載せた的へぼさは失笑を買った。

ツインゴッデス
PS初期の実写取り込み格闘ゲーム。パターン数の少ないコスプレのおねいさんとアニメーションの敵キャラがへぼへぼと戦う様は失笑を買った。

モテモテ高校生
主人公の1人、飛沢陽平。3人の女性に振り回される役柄。…昨今の男子高校生はもっと細眉だと思う。

ビバヒル
ビバリーヒルズ青春白書。一部で人気のアメリカ製ラブコメ。NHKで放映中。いくらクサくても金髪だから許す。

ユリ・ゲラー
ユリ・ゲラー　スプーンの新たな使い道を開発した人。どうも超能力者らしい。

ゲーマー刑事
主人公の1人、雨宮桂馬。同義語・オタク刑事。初見、どうしようかと思ったが、今ではもっとも愛しい奴の1人。

ダイエット中のデブ子ちゃん
主人公の1人、細井美子。同性としては、この娘のシナリオはちょっとつらかった。

ノイローゼ気味の小説家
主人公の1人、市川文靖。サイコっぽい内容と純文学風の文体は『街』のシナリオの中でも特異。

気の弱い大学生
主人公の1人、篠田正志。小市民が脅迫に目覚めていく様が冴えていて個人的にはお気に入り。今時真っ当な成長小説でもある（ウソ）。

続編
『街2』はすでに制作が決定しており、シナリオや出演者を公募するとのこと。

『透明少女』
一部ローカルで放映している深夜枠のドラマ『透明少女エア』のこと。脚本は長坂氏で『街』とも関連がある。…なんて言うか、その…。

街（サウンドノベル）　メーカー：チュンソフト／機種：セガサターン／価格：¥5,800／発売日：'98年1月22日

アゼル～パンツァードラグーンRPG～①——レビュアー●編集部　小野塚　プレイ時間●20時間

ついに現れた第三の竜。彼は君と共に飛んでくれたか？

ドラゴンとの友情に胸を熱くした、のべ70万人のファンたち。彼らが導き入れられたのは虚ろな書き割り世界だった。

男の子は自分よりも強い力を手に入れたいと願う。だから彼らは大きなバイクにまたがってみたり、より速いコンピュータを組み立ててみたりする。また男の子は、もしも空を飛べたらと考える。それで高いところにいくと妙に興奮したり、将来の夢はパイロットなどとうっかり口走ってみたりする。

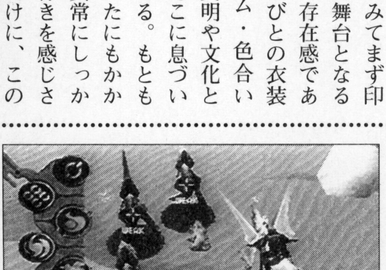
パンツァーシリーズというのは男の子のそういった二大欲求、強い力を手に入れたい、空を自由に飛び回りたいという二大欲求を突如かなえてしまった、いわば一種の魔法であった。優秀な開発陣の技術、そしてサターンというマシンの登場がいきなりそれを可能にしたのだ。プレイヤーは竜の背にまたがって、あるときは群れ成して襲いくる「攻性生物」たちの攻撃をかいくぐり、あるときは「帝国軍」の空中艦隊に猛然と奇襲をかけてゆく。『パンツァードラグーン』『ツヴァイ』をプレイしながら、いったい何人の男の子（元男の子）が「これだよ……！」とコントローラーを握りしめたことだろう。

しかし、今回発売されたシリーズ最新作『アゼル』は、前二作のような3Dシューティングとはうって変わって、なんとRPG。しかもCD四枚組だ。ついにチーム・アンドロメダも今的な流れを追従しはじめたのか、と不安を覚えたファンも少なくないだろう。『アゼル』とはいったい如何なるゲームだったのだろうか。

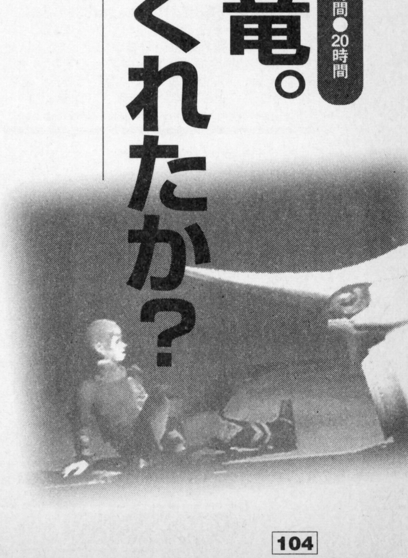
重厚な世界とは裏腹の軽薄なストーリー

ゲームをプレイしてみてまず印象に残るのは、冒険の舞台となる世界のずっしりとした存在感である。街の建築物やひとびとの衣装がもつ独特なフォルム・色合いは、その世界独自の文明や文化といったものが確かにそこに息づいていることを感じさせる。もともとシューティングだったにもかかわらず、世界設定が異常にしっかりしていて随分と奥行きを感じさせるシリーズだっただけに、この辺りの展開は狙い通りといったところか。

だがそれに対し、その中で進行していく物語が非常にまずい。「旧世紀の残した人類延命装置と、それを巡る人々の確執」。つまり



位置取りバトル。発想そのものは優れている。





セーブポイントでは竜とのスキンシップを図れるのだが…。

漫画版『ナウシカ』の焼きなおしなのである、しかもごく安直な。あの作品の真摯なテーマを、単にストーリーを盛りあげるためだけに流用した制作者の無神経が癇に触る。登場キャラクターたちも見かけこそ一風変わっているものの、言動は類型的。ポリゴンで形作られた彼らがヴィジュアル・シーンでやりとりする様などは、表現の稚拙さも相まってまるで人形劇を見るようだ。

一方、肝心のゲーム性の方はどうか。戦闘には「位置取り」と呼ばれる新システムが導入されている。これはコマンド選択型における戦略性とシューティング的な「避け」の動作が同時に要求されるというちょっとした新発明なのだが、敵が弱すぎるため漫然と戦っていても勝ててしまうのが難点。何度か起こるボス戦以外では、死の危険は皆無と言っていい。

戦闘が簡単なだけではない。頭を使わせるような謎解きの類いもなく、またストーリーの分岐もないので、プレイヤーはまるで流しそうめんのようにラストまでスルスルと連れていかれてしまう。進行上悩まされるような個所が一切ない、というのはゲームとして問題なのではないか。

そして何よりも最大の問題は、シリーズを通してのもうひとりの主人公・竜の描かれ方である。

失われた竜との共生感

唐突だが、昔インドで象に乗ったことがある。観光客用の象だったのだが、その体の大きさよりも、うなじの部分についた無数の傷跡の方が印象的だった。言うことを聞かなくなったとき、象使いがそこを釘でブスブス刺すのである。ひどいことをするもんだなぁと苦々しく思ったものだが、帰国後ある象使いのドキュメント番組を見て考えが変わった。彼らは確かに力で象に言うことをきかせたりもするのだが（他に、ヒザの裏のやわらかい部分を棒で殴ったりする）、自分の象のことをとても愛しており、また象の方もそんな彼らに辛抱強くつき従うのだ。そんな彼らの関係を、象使いのこんな言葉が象徴していた。「象も私も日々の仕事で疲れきっている。でもこの間、夢に私の象がでてきて言った。『来世では私が象使いになり、あなたが象になる。そのまた来世では私が象になり、あなたが象使いになるのだ』と。私たちはそうやって寄り添って生きていくんだ」。

まことに大げさで馬鹿みたいな話だが、前二作では、身を削るようにして戦ってくれる竜と共に戦火の中を進んでいくうち、僕はそんな言葉を思い出したりしたほどだった。竜は無口な、しかしけなげで頼れる仲間だったのだ。ところが『アゼル』における竜は、まるでペットなのである。名前を呼んだり体を撫でてやると犬みたいに喜ぶ。タイプ特性という要素のため姿形を思いのままに変えることができるのも、プレイヤーの従属物的な印象を強めている。

もはや竜は、かつてのようにゲーム世界の中を一緒に駆け抜け、遊び手に空と力を感じさせてくれる仲間ではなく、アトラクション世界の中を一周するためのロバのごときものに成り下がっているのだ。その姿には本当に幻滅させられた。夢を壊すゲームもある、ということか。

PROFILE

編集部　小野塚

サターン・ソフトの最高傑作は『ツヴァイ』と信じて疑わない男。そのくせ実は、チマチマした箱庭世界も大好き。クォーター・ビュー物なら、どんなジャンルでも喜んでプレイします。心のRPGは『シャドウラン(SFC)』。

関連作品

パンツァードラグーン・ツヴァイ（STG）
メーカー：セガ／機種：セガサターン／
価格：￥5,800／発売日：'96年3月22日

グラフィックや演出が格段にパワーアップされたシリーズ二作目。AI機能が導入され、難易度が下げられた一方、カメラ・ワークがより秀逸になり、迫力が増した。

アゼル～パンツァードラグーンRPG～(RPG)　メーカー：セガ／機種：セガサターン／価格：￥6.800／発売日：'98年1月28日

アゼル～パンツァードラグーンRPG～②

気高かった「世界」の破壊 空しさが残る

前2作で高い評価を得た「パンツァードラグーン」シリーズ。STGからRPGと内容を変えた本作の出来は……。

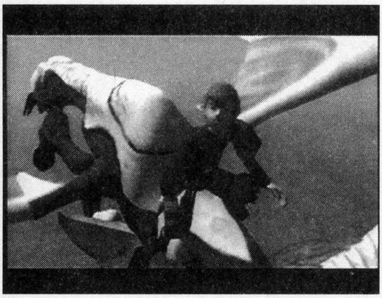
レビュアー●立花 歩 プレイ時間●21時間

ゲームというより作業に近い、出来の悪い凡作

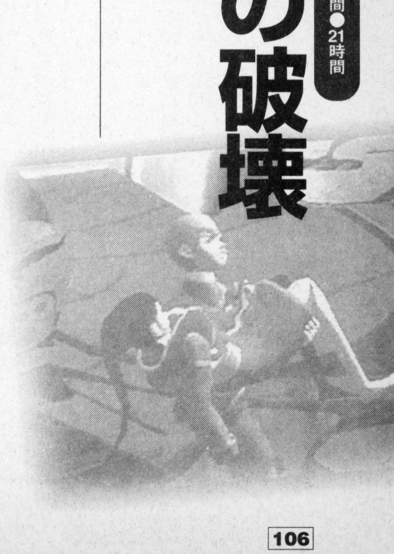
2作を経て、その謎が明かされる。そううたった本作「アゼル」だが、なんともその内容はお粗末なものであった。そのゲームの展開のほとんどは、ムービーで構成され、やらなければならないことはレーダーに表示され、それを消化するだけ。ワールドマップの移動は行ける個所が、進行に沿って一つずつ増えていくので、その点と点を移動するだけで、ゲームというよりは作業に近い。ゲーム性についても、新しいシステムが導入され、「避け」の概念が入ったことはおもしろいが、敵の攻撃は強制的に入ってしまうことが多いので、ストレスがたまる。おまけに強力な補助アイテムやバーサク（魔法のようなもの）があり、ほとんど死ぬことはない。キャラクター性についても希薄で、ストーリーについては、もうほとんど「ナウシカ」のパクリ。しかも、シナリオの出来が悪く、ご都合主義的な内容の物語には、苦笑するばかりだ。音楽が素晴らしく、本作のウリとも言える「世界観」とドラゴンを始めとする攻性生物等のデザインが優秀なために、一見非常によく出来た作品であると見えてしまう。だがその実、良いと思える部分のあまりない凡作であったと言わざるを得ない。

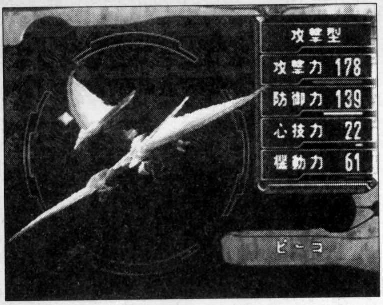
物語は「ナウシカ」のパクリ。質の悪い再生産

「アゼル」のストーリーを簡単に要約するとこうだ。自ら作り出した強大な力によって世界を滅ぼしてしまった「旧世紀」。かつての力を失った人類は、汚れた大地で、「旧世紀」が生み出した遺伝子改造の生物の末裔「攻性生物」に脅かされながら暮らしている。そして、その「旧世紀」の遺物を手に入れ、絶対の権力を手に入れようとする「帝国」。しかし真実は、攻性生物は「旧世紀」の文明に滅ぼされた世界を浄化し守っている。もう、ストーリーの大筋は「風の谷のナウシカ」そのままである。また、このパクリ度合いの凄さはストーリーだけでなく演出や小さなディテールに至るまで踏襲されており、プレイしているこちらが「ここまでマネしちゃマズいのでは？」と心配してしまうほ



長いムービーシーンの出来は安直だ。





ドラゴンのデザインは秀逸なのだが…。

どだ。ガッシュの登場シーンは、思わず「ユパさま！」と叫んでしまったし、アゼルの「私たちは殺しすぎた、（攻性生物の）制御が効かない！」というセリフでは絶句してしまった。制作者はきっと宮崎アニメの信仰者なのだろうが（そうとしか思えない……）、パクリは質の悪い再生産であり、何の意味も持たない。

キャラクターは、「ガンダム」のシャアを彷彿とさせる、主人公の敵役「クレイメン」、綾波レイとララァとナウシカを足して割ったような「アゼル」、熱血漢の主人公……と、どれもアニメなどで幾度となく使い古されたパターンで極めて凡庸だ。

また、物語の展開は、主人公の旅立つ理由が相変わらず（ツヴァイから）希薄。仲間を殺された復讐のためにと、一応理由はついているものの、その殺された仲間との絆の部分は描かれず、感情移入をすることは難しい。おかげでプレイヤーの頭の中には、当面の敵であるクレイメンが「アゼル」を奪った悪者なので追うといった印象の方が強くなってしまう。思い出したように「仲間のかたき」というセリフはでてくるのだが、どうも道中殺された仲間のことを思い出す風もなく、主人公は非常に気楽に旅を続けている。そして、敵討ちが終わった後はそれが顕著で、「塔」を捜し続ける目的はほとんどなく、世界を変えよう（救おう）とも考えてない主人公は他のキャラクターに言われるままに動いているただの駒と化している。他の登場人物にしても、パエットなど拷問を受けてまで取ってきたアイテムを受け取った瞬間に捨て、次の展開になるのであろう話を始めてしまうし、それを聞く主人公も「やれやれ」といった感じだ。拷問を受けた痛みもなにもこの世界には存在しないのだ。ただ安っぽい感傷めいたものだけが演出される。

前作の世界を破壊する物語とプレイヤーの混同

そうした、仮にも出来が良いとは言い難い「アゼル」だが、そのなかで、なによりまずいのは主人公とプレイヤーの同化だろう。ここに一番大きな矛盾が存在してしまうと同時に、今まで「パンツァードラグーン」「ツヴァイ」と描かれてきた世界の破壊につながってしまったのだ。前作2本がシューティングという形をとっていたにしても、物語は一つの世界を形成し、プレイヤーは主人公に「感情移入」をして、その物語を体験していたわけだ。そこにいきなり自分が存在として介入してしまったことで、統一されて存在していた世界は破綻し、いきなり参加型の「ゲーム」となってしまう。最後の、あの瞬間の白けたこと。「感情移入」と「存在する」ことは大きく違う。昨今、RPGのプレイヤーとの乖離が問われる中、より「ゲーム」的な感動を生みたかったと思われるが、付け焼き刃のアイディアは何も生まない。「マザー2」のような感動はそこには存在しなかった。

結局「アゼル」は真実が明らかになるといいながら、前作の素晴らしい世界の破壊でしかなかった。ラスト何度も前2作の回想が出てくるが、それはただ「出てくる」だけで、何の繋がりもそこには存在しない。むなしさだけが残った。

PROFILE

立花　歩（たちばな・あゆむ）

女性イラストレーター。好きなRPGは「天地創造」「ミスティックアーク」など。最近はRPGをやる機会が少なくなったので寂しく思っている。「パンツァー」の一作目に感動し、シリーズはすべてクリアした。

関連作品

パンツァードラグーン（STG）
メーカー：セガ／機種：セガサターン／価格：￥6,800／発売日：'95年3月10日

シリーズ一作目。深く、素晴らしい世界を持った名作STG。ドラゴンを駆るというファンタジックな設定と一人の青年の成長をさりげなく描く演出は見事。

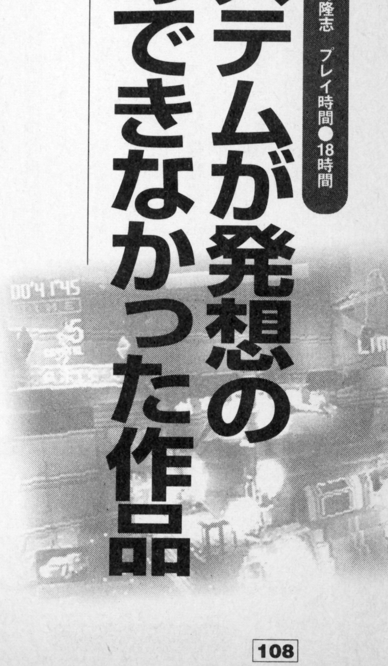
アゼル～パンツァードラグーンRPG～（RPG）　メーカー：セガ／機種：セガサターン／価格：￥6,800／発売日：'98年1月28日

バーニングレンジャー

不出来なゲームシステムが発想の良さを生かすことのできなかった作品

近未来レスキューというテーマをもって期待されたソニックチームの新作だったのだが…。

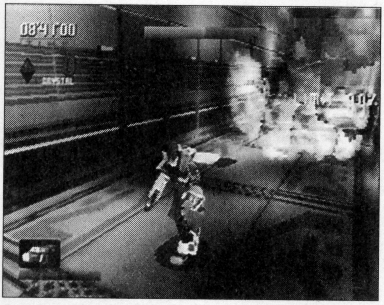
レビュアー●水野隆志　プレイ時間●18時間



企画段階における着目点のよさ

未来社会を舞台に、災害で生命の危機に瀕した人々を救出し、災害そのものの原因を排除する――それが、主人公たち、「バーニングレンジャー」の役割である。

これは、ゲーム的であると同時に、優れた設定であったといえるだろう。マニュアルに唱われている「人々の、生命を、希望を、未来を守る」という主人公たちの行動理念は、一歩間違えば、時代遅れの正義のヒーロー的価値観の産物になってしまい、いま、まともにやられたのでは、噴飯物になってしまう恐れさえある。それを人命救助そのものを存在意義とするキャラクターを設定することで行動に必然性を与え、プレイヤーの納得を得ていることは大きい。紛れもなく、企画の勝利といっていいだろう。この時点では『バーニングレンジャー』はある程度の成功を約束されていたと思われる。



キャラが正面を向いていないと動かしにくく、辛い。

ところが、企画が実際のゲームになる段階で、『バーニングレンジャー』は大きな失策を犯してしまった。完成したのは、とにかく遊びにくく、ゲーム性を欠いたソフトだった。このとき、企画段階であったアドバンテージはすべて放出され、さらに多大なマイナスを抱え込んでしまったのだ。

探索感覚が喪失したゲームシステム

プレイしたとき、プレイヤーが最初に感じるのは、「なぜマップがないのか」という点ではないかと思われる。ゲームスタートと同時に、ボイスが入り、「××に向かえ」といわれるのだが、それがどこか不明なのだから、やりにくいことこのうえない。ところが、実際にゲームを進めていくと、制作者側がマップを入れなかった意味がわかってくる。必要がないのだ。ここでいいたいのは、ナビゲーションシステムが代用しているということではない（あれは不完全過ぎて実質的にはほとんど役に立たない）。ではなくて、ゲームそれ自体の構造の問題である。なにしろ、各ステージのマップは基本的に一本道で、プレイヤーはコンピュータの示すナビゲーションのままに、ただ決められた道を歩いていけばいい。つまり、コース

選択の自由はなく、与えられてくる問題（吹き出してくる火柱や敵対行動を取るロボットなど）を制限時間内にクリアしていくゲームになっているのだ。この感覚は、同じコースを何周か回ってラップを競うレースゲームに似ている。

なにか違うといわざるを得ない。「火災が発生し、爆発まではあとわずか。その極限状況下で生存者を救出する」というシチュエーションは極めてゲーム的である。アクション好きならば、挑戦欲を駆り立てられる、胸躍る設定であることに間違いないだろう。『バーニングレンジャー』が企画勝ちしている点がここにある。

だが、現実には、ユーザーはそうした面白味を感じることはない。ゲームは、探索の楽しさも、タイムリミットへのスリルもなく、一種の障害物競走になってしまっているのだ。そこにあるのは、慣れによるスピードアップのみ。全クリアすればマップ構造が変わるというボーナスも、あまり大きな意味はない。ゲーム性のないステージがいくら増えても、ユーザーの面白みは増加しないからだ。

純粋なアクションゲームとしても、一見、キャラクターが軽快に動くので、一瞬、操作感覚は良好なのか、と思ってしまうが、実質的には、ただ、キャラクターを三六〇度動かしていてもゲームは進まず、いちいちL、Rボタンを使って視点を変更していかないと、クリアは難しい。これがとにかく煩わしく、ゲームの難度を無意味に上げると同時に、アクションの爽快感さえも奪っている。到底、遊びやすいとはいいがたいのだ。

物語性における整合性のなさ

ゲーム性の欠如とともに問題となっているのが、レスキューという、主人公たちの設定が生きていないことである。

ルートが一本道になっているのは前述したが、正確には、ときおり、多少の分岐路があることはある。ところが、なぜか、そうした場所に要救助者がいるのだ。主人公たちはレスキューであり、人命救助が第一の任務のはずである。

しかし、肝心の対象がゲームのメインから外れたポイントに配置されているのだ。そして、その代わりに最終目的となっているのが、災害の元凶――これがなんとボス敵なのである。なぜ、災害救助物にボス敵が必要なのか。それも、コンピュータに巻きつくことでシステムを乗っ取れる植物、魚雷をばらまく魚型ロボットなど、レスキューという観点からいえば、まるで見当はずれの敵ばかりなのである。この時点で、制作者の意図が「じつは科学特捜隊」ノリにあったことがわかるのだが、いくらなんでも、それはなかったのではないか。レスキューという設定だからこそ気にならずに済むはずだった古びたヒロイズムが安っぽい形で復活してしまったのでは、もはや何をかいわんやである。

決して手抜きの作品ではなかったが

結局のところ、『バーニングレンジャー』で見るべきは、その演出面のみということになる。浮遊感覚の再現などは非常に高いレベルにあり、まさに絶妙と表するに値する。ただ、もはやCGだけで作品を評価できる時代は終わっている。三十二ビット機が登場した当時であれば、映像主体の作品にも意義はあった。だが、もう時代は変わっているのだ（それに加えて、主人公たちのコスチューム感覚も時代がかっており、あまりセンスがいいとはいいがたい）。

『バーニングレンジャー』は、決して手抜き作品ではなかった。ただ、悲しむべきは、多大な努力が、ゲーム性とは別の方向を向いていたことにある。

意欲作であり、同時に失敗作。それが、この作品にふさわしい言葉ではないかと思う。

PROFILE

水野隆志（みずの・たかし）

ACTはアーケードでコインを投じてプレイするのが好きで、気に入ったゲームは1コインクリアできるまで徹底的にやり込む。好きなACTは「源平討魔伝」「スプラッターハウス」「エイリアンVSプレデター」など。

関連作品

ザ・ファイヤーメン（ACG）
メーカー：ヒューマン／機種：スーパーファミコン／価格：¥9,300／発売日：'94年9月9日

ヒューマンの「シネマティックライブ」シリーズ第二弾。「タワーリングインフェルノ」「バックドラフト」をモチーフに高層ビル火災の鎮火、人命救助を目的とした消防士アクション。

バーニングレンジャー（ACG）　メーカー：セガ／機種：セガサターン／価格：¥5,800／発売日：'98年2月26日

ソロ・クライシス

古き良き時代よ甦れ。光と闇に満ちたジハード

「破壊と創造」をテーマに作品を作り続けるソフトハウス・クインテット。そのサターン参入第一作はゲームそのものが放つ魅力と危うい主題を併せ持つ作品だった。

レビュアー●水野隆志　プレイ時間●28時間

ポリゴンを駆使した裏表一体のゲーム世界

ひとつのポリゴンの両面に造られたふたつの世界。一方は神の統べる光あふれる地であり、他方は悪魔を崇拝する暗黒の地である。両者は互いに密接な繋がりを持ち、表で大地を隆起させれば、その地点に対応する裏の土地は陥没し、表で地震を起こせば、該当する裏の一帯にも被害が及ぶ。裏で隕石が降れば、突然表の大地が激しく盛り上がり、頂点にはふたつの世界を結ぶ穴が生み出される…。

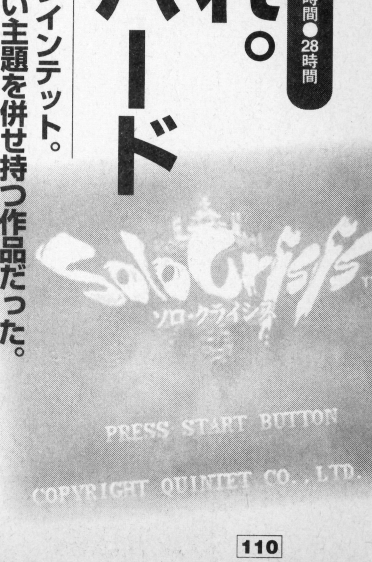
『ソロ・クライシス』は、対立する神と悪魔の戦争を題材にした戦術級SLGである。プレイヤーが神側の戦士となり、侵略してくる悪魔の軍勢を攻め滅ぼすという内容は、物語的にはさほど珍しくないが、表裏一体となったパズル性の高いマップを使ったシステムが秀逸で、他に類のない面白さを味わわせてくれるソフトである。

プレイヤーは、戦士、僧侶、工兵など、それぞれに異なる能力を持つユニットを駆使して、魔軍との戦闘に臨む。ゲームはミッションごとに地形が変わるステージ制で進み、敵部隊を率いるリーダーを倒すか、裏世界にある悪魔側の神殿を破壊すれば勝利を得ることができる。ここで重要となるのが神の御業である「奇跡」だ。突風、地震、稲妻、隕石など合計8種類が用意されており、うまく使いこなすことで戦闘を有利に運んでいくのである。奇跡は、神への信仰心を力源とするので、プレイヤーは戦士系のユニットで魔軍を迎撃したり、逆に敵地へ攻め込んだりする一方、工兵を使って家を建造し、神を信じる人口を増やしていく必要がある。このあたりのゲームバランスがなかなかシビアで、せっかく造った町が敵の地震で一気に破壊されたり、水地の側の土地を陥没させられてあたり一面が水没してしまったり、といったことが頻繁に起こる。もちろん、こちらも黙ってはいないから、互いに奇跡の応酬となり、まさに神と悪魔のハルマゲドンというべき激烈な攻防の連続となるのである。

プレイヤーを選ぶ高い難度と背景設定

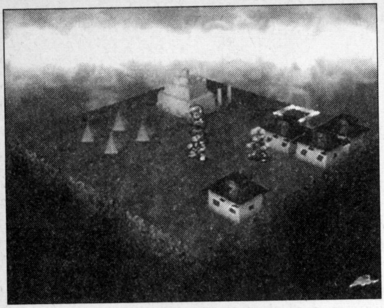
一瞬の油断や、操作ミスがかなり後に尾を引くゲームなので、SLGとして見た場合の難度は、はっきりいってかなり高い。とくに終盤は、互いにボロボロになった状態から、なんとか町を再建してSP（奇跡を使うために必要となる値）を溜め、すこしずつ反撃を繰り返す、という地道な作業の連続になる。勝利を掴むにはちょっとの苦境にめげない、タフな精神力が必要になってくるのである。

さらにボス敵の強さは、まさにリーダーにふさわしく、むやみに



味方を接敵させたりしようものなら、次々と屍の山に変わってしまう。敵の建造物を徹底的に破壊して奇跡を使用不可能にしてから水没させて溺れさせるなど、長期的な戦術が立てられないと、なかなか勝利はおぼつかないのだ。

ポリゴンを使ったゲームにしては、CPU側の処理時間が比較的短いために、待ちでイライラすることがないのは救いだが、SLGのベテランでも容易には勝てない。初心者だと、あれよあれよという間に全面を水没させられて敗北、ということも珍しくないのではないかと思う。昨今のゲームの傾向や、コンシューマであることなどを考えると、「難し過ぎないか」と思う難度になっているである。



奇跡の併用も可能なため高度な戦術が必要になる。

もうひとつ、プレイヤーを選ぶ結果になっていると思われる要素が背景世界の設定である。最大16体用意されたユニットには、主人公であるヨシュアを始めとして、エヴァ、サムソン、エノクなど旧約聖書を出典とする名前がつけられている。物語の基本もヨシュアの活躍を描いた「ヨシュア記」にのっとって作られていると思われるが、ここのくだりは、古代イスラエルの民が、約束の地として神に与えられた土地カナンを虐殺に次ぐ虐殺で奪取する過程が歴史書風に書かれている個所であり、旧約聖書の中でも、もっとも好戦的な部分のひとつなのである。ヨシュアはこの功績故に神に讃えられる英雄の一人となるのであるが、征服された諸民族から見れば、無慈悲な侵略者であるから、こうした設定に沿って背景を作れば、当然のように宗教色が強くなり、神側が絶対正義として絶対悪である悪魔を討ち滅ぼすというストーリーになってしまう。しかも、このゲームでは、悪魔に与している裏側の住民も、もとは表側の人間だったとなっている。彼らは悪行を重ねたために暗い裏の世界に隔離され、それが原因で神を憎悪するようになるのだが、だから彼らを滅ぼせといわれても、はいはいとは納得できないのが普通だろう。制作元のクインテットは、かつてSFCで『アクトレイザー』『ガイア幻想記』『ソウルブレイダー』『天地創造』といった神話的色彩が濃い作品を作っていたメーカーであるが、いままでの諸作は、絶対的な悪の存在が希薄で、テーマ的にも荒廃からの蘇生をメインとしているため、心地よい救済感覚を味あわせてくれた。しかし、ここではそれがないため、プレイヤーは、狂気じみた宗教戦争をやらされている気分になるのである。

欠点はあれども、思考する楽しみを重視した作品性が良

しかし、こうしたマイナス面があってなお、このソフトは評価に値すべき一本だと思われる。最大の理由は、ゲーム自体の出来が難しいが良質であることに尽きる。

優れた映像表現を楽しむソフトも、勿論あっていい。だが、同時にコンピュータゲームには人間と機械の知恵比べという伝統的魅力もあってしかるべきなのだ。とかく業界全体が前者に傾きつつある中で、後者に属する作品を売り出したメーカーの心意気は評価すべきだろう。『ソロ・クライシス』には、かつて十年ほど前に多くのファンが熱狂した、パソコンゲームにおけるSLGブームの源泉的魅力がある。それは考える楽しさに他ならない。商品的には厳しいジャンルであるが、これに続く流れが生み出されて欲しいと思う。

PROFILE

水野隆志（みずの・たかし）

SLGは大昔のボードゲーム以来のファン。「アヴァロンヒル」とか、それに類する言葉を耳にすると血が騒ぐ。ジャンルは歴史物が好きだが、史実に寄りすぎず、ゲームとして適度にデフォルメが効いた作品を好む。

関連作品

アクトレイザー（ACG）
メーカー：エニックス／機種：スーパーファミコン／価格：¥8,000／発売日：'90年12月16日

ＳＦＣ参入初期の横スクロールACG。荒廃した世界を再生するためというクインテット節は顕著だ。『ソロ・クライシス』の原型といえる。

ソロ・クライシス（SLG） メーカー：クインテット／機種：セガサターン／価格：¥5,800／発売日：'98年1月22日

Myth～闇の破壊神～

ネット上で日夜くり広げられる、血湧き肉躍る念力戦

首がもげたり血が飛び散ったりの派手な演出で話題を呼んだリアルタイムSLG。その実体は、極度の集中力を要求する極めて硬派な作品だった。

レビュアー●編集部　小野塚　プレイ時間●100時間以上

戦略シミュレーションというのは、戦争を題材にしているにもかかわらず意外に血ナマ臭さが薄い。ゲームとして知恵比べの部分にポイントが置かれているため、兵があくまで一つのユニットとして扱われることが多いからだろう。格闘ゲームなどと比べるとむしろ無機的、無菌的な印象を受けるくらいである。

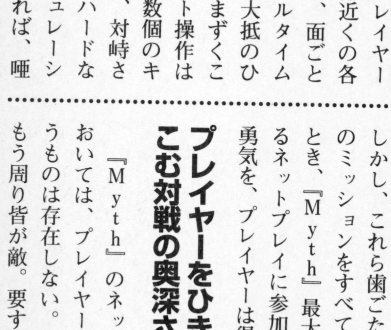
しかし、この『Ｍｙｔｈ』は違う。起伏に富んだマップの上で戦うのは作りこまれた、まるでミニチュアのようなキャラクターたち。彼らは斬られれば血を流し、爆発に巻き込まれれば木っ端みじんに吹きとぶ。飛び散った血や散乱した内臓などはそのままマップ上に残り、その上をまた新たな血が覆っていく。血ナマ臭いことこの上ない、まさに血湧き肉躍る戦略シミュレーションなのである。

ゲーム内の世界観は絶望的なまでに暗く、それを反映してか、内容の方もかなり辛口。プレイヤーは二十体から多くて百体近くの各種ユニットを同時に操り、面ごとに与えられた任務にリアルタイムであたっていくのだが、大抵のひとは始めの数面で一度つまずくことになるだろう。ユニット操作は基本的にマウスひとつと数個のキーだけで事足りるものの、対峙させられる各局面がかなりハードなのだ。日本の親切なシミュレーションに慣れた人間からすれば、唖然とするほど大量の敵を向こうに回すこともしばしば。残虐な演出が売りになっていることからただ殺しまくればいいだけのゲームのようにも思えるが、実はかなり緻密な戦略が要求されるのである。

しかし、これら歯ごたえガチガチのミッションをすべて乗り越えたとき、『Ｍｙｔｈ』最大の魅力であるネットプレイに参加するための勇気を、プレイヤーは得るのだ。

プレイヤーをひきずりこむ対戦の奥深さ

『Ｍｙｔｈ』のネットプレイにおいては、プレイヤーキラーというものは存在しない。基本的にはもう周り皆が敵。要するに参加者全員がプレイヤーキラーなのだといえば話は早いか。ひとつのマップで最大五人のプレイヤー（それ以上の人数が参加するとチーム戦になる）が入り乱れて戦うことになる。とは言ってもチャットは可



この酸鼻極まる血みどろの光景が大きな売りのひとつ。

能なので、汚い言葉で罵りあいながら和気あいあいとプレイすることが可能。

勝敗を決めるルールは、敵をいちばん多く倒した者が勝つボディカウント、最後にマップの中心にある旗をとった者が勝つラストマン・オン・ザ・ヒルなど、計七つある。時間の経過とともにあちこちで小競りあいが起こり、マップ上至るところに血だまりができていく様子はちょっとした見ものだ。

またネットプレイでは、シングルプレイ時には使えなかった敵役「暗黒側」の兵士ユニットを使えるようになり、より多彩なゲーム展開が楽しめる。特筆されるべきはこれらユニット間における力のバランスの調整で、見事という他ない仕上がりになっている。ゲームの基本は三すくみの状態である、というようなことがよく言われるが、このゲームではほとんど「十すくみ」ぐらいの状態が実現されているのだ。


弓兵たち。うたれ弱いが、使い方次第で戦局は大きく変わる。

しかしそれによって、プレイヤー間の実力差までが補全される、ということはない。むしろ、これほど実力の差がはっきり結果に出るゲームもないのではないか。初心者ははじめ、ゲーム中なにがどうなっているのかさえわからぬまま、周りから袋叩きにあう。ここでは、シングル・プレイのときとはまた違った戦略が要求されるのである。ネットプレイでの「凌ぎ方」がわかってくるのは、何度もそういった目にあってからだ。だが一度わかってくると、このゲームの真の奥深さに一気にひきずりこまれてゆくことになる。この「一見さんお断わり」的な硬派なスタンスこそ、『Ｍｙｔｈ』の間口を大幅にせばめている最大の泣き所であり、またハマッた者をいつまでも夢中にさせつづける魅力でもある。

ネットを介しての集中力と集中力のぶつかりあい

リアルタイム・シミュレーションの醍醐味とはなにか。それはおそらく、集中力の持続によって生ずるあの息詰まるような緊張感、圧迫感だ。遊び手に窒息しそうな思いをさせてくれればくれるほど、それは良いソフトということになる。「十すくみ」の状態を実現した時点で、すでに『Ｍｙｔｈ』のリアルタイム・シミュレーションとしての成功は約束されていたと言っていい。

プレイヤーはとにかく、並々ならぬ集中力をもって勝負に臨まなければならない。十のうち、ほんの一個所穴が開いただけで、すべてはそこから崩れていってしまう。常に頭の中で何手も先のことを考え、大勢の兵士をそれぞれ戦略上ベストなポイントに移動させながらも、周囲に敵影はないか絶えず警戒していなければならない。敵も真剣、ふと集中力が途切れようものなら一気にそこにつけこまれ、全滅させられることになりかねないのだ。だがそれはもちろん相手だって同じこと。かくして、腕に覚えのあるプレイヤーたちが集まり集中力と集中力が火花を散らすとき、『Ｍｙｔｈ』は単なる血まみれゲームではなく、ネットを介しての、一種の念力戦のような様相を呈するのである。

プレイ中かかってくるプレッシャーが非常にキツいので、遊び手を選んでしまうソフトであることは確かだ。しかしこれは、リアルタイム・シミュレーションの完成型のひとつと言っても決して過言ではない名作である。ぜひ挑戦してみてほしい。

PROFILE

編集部　小野塚

1974年生まれ。好きなシミュレーションはナムコの『ミリティア』に光栄の『蒼き狼と白き牝鹿』。『Myth』のネットプレイには、BloodyBuddhaとかいう頭を痛めた中学生のような名前で参加している。

関連作品

ウォークラフト2（SLG）
メーカー:SSIトリスター/機種:Mac・Win95/
価格:￥9.800/発売日:Win版'96年12月13日

『ディアブロ』に並ぶブリザード社の看板ソフト。ファンタジー世界での人間とオーク族の対決をモチーフとした、リアルタイム戦略SLGの傑作。限りある資源をもとに、いかに敵より速く有利な状況を作りあげるかが勝利の鍵だ。

Myth〜闇の破壊神〜（SLG）　メーカー：ラビックス／機種:Mac&Win95(ハイブリッド版)／価格:￥8.800／発売日:'97年12月末

マーヴルVS.カプコン

格闘王国カプコンの集大成ともいうべき豪華超大作

2Dによる演出を極限に高めた「マーヴルVS.カプコン」は、2D格闘ゲームにトドメを刺したのか!?

レビュアー●編集部 松井　プレイ時間●70クレジット分

「マーヴルVS.カプコン」は、カプコン2D格闘ゲームの集大成とも言える超豪華作品である。

前作にあたる「MSH VS.ストリートファイター」をより発展させた本作品は、プレイヤーキャラとしてモリガン、ストライダー飛竜、ロックマン等が登場。さらには過去のカプコンゲームのキャラが「スペシャルパートナー」として大挙出演するなど、正に「格闘ゲーム版カプコンワールド」だ。現在に至るまで個性的なキャラを多数生み出してきたカプコンだからこそ出来た力技ともいえる。豪勢なのは登場キャラだけではない。システムに関しても同シリーズを踏襲しつつ「ヴァリアブルクロス」という新システムを搭載。これは発動すると一定時間パートナーを呼び出して2対1で闘える上にハイパーコンボは使いたい放題という凄まじさ。ここまで盛大かつ豪勢な内容になってしまうと、バランス調整がどうしたとかダメージ量がこうしたとかいった細かいことを気にするのは野暮という感じになってしまう。元来「カプコンキャラとマーヴルコミックキャラの共演」という一種のお祭りのようなコンセプトのシリーズ作品なだけに、多少アバウトでもこれぐらい派手な方が良いと思える。



「サイバーボッツ」からジンが乱入。もう何でもアリです。

ただ気になるのは、ここまで「やりすぎ」てしまったカプコンが今後どういった2D格闘ゲームを作っていくのか、ということである。ゲーム的にも演出的にも行きつく所まで行ってしまった本作品は、ある意味2D格闘ゲームにトドメを刺してしまったのではないのだろうか？

本作品や「私立ジャスティス学園」など、最近のカプコン格闘ゲームは、ヒット数の多いコンボやダメージ量の多いコンボを発見することが最も面白いように思う。対戦プレイがつまらないという訳ではないのだが、凶悪コンボや無限コンボの存在、どうしても優劣が出てしまうキャラクターバランス等々により、どうも気持ちよく対戦プレイが出来ない状況なのだ（もちろんプレイする側に問題がある場合も多いのだが）。

2D格闘の究極とも言える「マーヴルVS.カプコン」が発売された今、そろそろ対戦ゲームとしての2D格闘ゲームを見直す時期が来たのかも知れない……。

PROFILE

編集部　松井

ゲーム歴18年。主に格闘ゲーム＆シューティングゲーム担当。最も好きな格闘ゲームは「サイバーボッツ」。かつて新声社で「サイバーボッツ」の設定資料集を作った過去アリ（言っちゃった）。

関連作品

X-MEN VS. STREETFIGHTER（格闘ACG）
メーカー：カプコン／機種：セガサターン／価格：¥7,800／発売日：'97年11月27日

マーヴルコミック「X-MEN」のキャラと「ストII」のキャラが闘う「VS.」シリーズの第一弾。先に発売されたセガサターン版は、4メガ拡張RAMを使用し、移植の出来は極めて高い。

マーヴルVS.カプコン（格闘ACG）　メーカー：カプコン／機種：アーケード／発売年度：'98年

ありがとう！ 長野オリンピック企画

ウィンタースポーツゲーム特集

長野オリンピックは私たちに感動を与え、ウィンタースポーツに対する注目を非常に高めた。ウィンタースポーツゲームよ、あの感動を2度、3度！

WINTER SPORTS GAME REVIEW 1

ハイパーオリンピック インナガノ64・ハイパーオリンピック インナガノ

価格：¥6800・¥5800／ジャンル：SPG／メーカー：コナミ／機種：N64・プレイステーション／発売日：'97年12月18日／プレイ時間：8時間・7時間

長野オリンピックの上にあぐらをかいた、ただのミニゲーム集的作品

連打が生み出す興奮を捨て、新しい方向性を模索し、そして迷った「ナガノ」。

「山内君。君、長野出張ね」

これまでオリンピックはおろかスポーツ観戦にも興味を示さなかった私に、会議にいなかったというだけで、編集長は長野出張を命じた。そして思惑通り帰ってきた頃には、私は立派なオリンピック伝道師、平成エセナショナリストになってしまった。まさに20世紀最後の冬。日本人なら四年に一度のこの感動を知るべし。オリンピックは私に聞け!! さてオリンピック伝道師としてはテレビゲームの世界にもオリンピックがやって来ることを伝えなければならない。コナミのオリンピックイヤー名物ゲームであり今回初めて冬季オリンピックを題材にした「ハイパーオリンピック イン ナガノ」がそれだ。しかし本作は決して出来がいいとはいえない。長野のあの興奮を伝えていないのである。

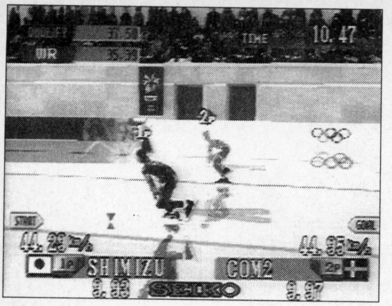
本作はN64とPSで同時発売されたのだが、その内容は異なり、N64は12種類、PSは13種類の競技が収録されている。カーリングなど珍しい競技もできるが両機種合わせても全種目を網羅していない。特にクロスカントリースキーがないのは残念だ。ノルディック複合で富井彦選手がしてやられたかけひきを、ケニアのボイト選手の頑張りをどうして再現しようとしないのか？ バイアスロンやモーグル等、ゲームにしたときに面白くなりそうだと、制作者は思わないのか!?

話を元に戻そう。「ハイパーオリンピック」といえば連打である。連打という単純明快な操作で、体を動かすことによってプレイヤーを興奮させ、好記録を生み出したときの達成感がこのシリーズの面白さであった。だからこそ、あらゆるスポーツをオリンピックとしてひとまとめにしても、ゲームとして成り立ち、楽しめたのである。しかし「ナガノ」では連打は鳴り



雪上を滑る感覚がおよそ感じられない「ナガノ64」。

山内編集部員自腹企画第一弾「ナガノグッズプレゼント！」
欲しい方はハガキに「くれ」と書いて御応募下さい。



スケートのあの感動はどこへいったのか…。

を潜め、代わりにタイミング系の操作や3Dスティック（アナログコントローラ）を利用した操作などが増えた。連打という枠を壊して、新しい方向を探るという姿勢は評価できる。しかしそれによって面白くなったかといえばNOだ。

スキーやスノーボード、スケート等、スピードが重視される競技は、個々の差はあるがライン取りやタイミングなどが必要だ。しかしどれも熱中できるほどテクニックが望まれるわけでもない。またグラフィックやポリゴンの表現は、N64はともかくPSはつぎはぎが見える程の雑な作りだ。そのためウインタースポーツの醍醐味であるスピード感も全く足りない。しいて挙げるなら、PSのエアリアルとN64のハーフパイプが遊べる。ジャンプ中のコマンド入力により演技するそれらのゲームは、正確な素早い操作を要求し、それに対して華麗な演技でこたえてくれる。もっともダンスゲームでも見られる操作なのだが。

連打が生み出す興奮がうまくオリンピックを表現していた「ハイパーオリンピック」が、「ナガノ」ではただのミニゲーム集になってしまった。連打という枠を壊したからには、それに勝るアクション操作を用意するか、それぞれのゲームの質の向上を図るべきだが、「ナガノ」にはそれがない。そのために「ナガノ」では興奮を得られないのだ。船木のジャンプ、清水のスケート、多英ちゃんのモーグル。長野のあの興奮に便乗しただけの作品であった。まったく‘原田’たしい限りである。「立て！　立て！　立ってくれ～!!」また思い出してしまった。

（編集部　山内）

First Impression

スーパーファミリーゲレンデ

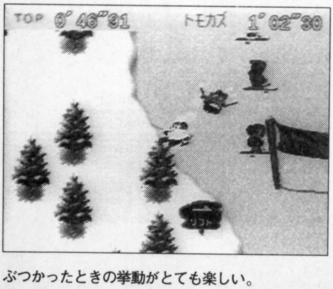
ジャンル：SPG／メーカー：ナムコ／機種：SFC（NP）／価格：￥3000／発売日：'98年2月1日

スキーの体重移動をパッド上で見事に表現

この作品、'95年にすでに制作されていながら何故かお蔵入りになっていたのだが、ニンテンドウ・パワー用ソフトとして今回ようやく日の目をみた。ポリゴンを多用し、リアル感重視で作られている最近のスキーゲームと較べ、ベタで描かれたスキー場を二頭身のキャラがちまちま滑降していくというそのゲーム内容は、今となっては素朴で微笑ましくさえある。

しかしこのソフト、操作系の方はかなり凝っている。スキーの基本である体重移動をそのままコントローラー上で行うのだ。たとえばボーゲンは十字キーの左と右端のAボタンの同時押し。両方強く押すとブレーキ。どちらか一方を強く押すと反対方向に曲がっていく（これに最初惑わされてしまう辺りは実にリアル。スキーの初心者は皆はじめ、これがわからず苦労するからだ）。要するに操作の概念が実際のスキーと同じなのである。だから、思いどおりに滑れなかったり人とぶつかってコケたりすると、自分の運動神経の程が明るみにでたようで結構恥ずかしい。そういう意味では、実際にゲレンデに立ったときのあの緊張感と気恥ずかしさを味わわせてくれる一風変わったソフトと言える。

（編集部　小野塚）


ぶつかったときの挙動がとても楽しい。

WINTER SPORTS GAME REVIEW 2

テン・エイティ スノーボーディング

雪上の滑走感覚まで再現した、スノーボードゲームの完成形

トリックやパウダー、トゥリーラン。「テン・エイティ」はスノーボードの楽しさを見事に消化した作品だ。

価格：￥6800／ジャンル：SPG／メーカー：任天堂／機種：N64／発売日：'98年2月28日／プレイ時間：20時間

私がスノーボードを始めたのは、七年前、ある海外のビデオを見たことがきっかけだ。ヘリで雪山の頂に登り、そこから一気に滑り降りるというビデオの内容は、見た瞬間にスノーボードを始めることを決意させるほど気持ちよさげであった。そう、スノーボードの楽しさである爽快感は、トリック等の魅せるプレイだけでなく、雪の上を浮いて走るような滑走感覚にあるのだ。

「テン・エイティ スノーボーディング」。昨今のスノーボードブームを毛嫌いし、ここ数年、雪山から遠ざかっていた私に、スノーボードの楽しさを思い出させてくれた作品である。

この「テン・エイティ」は、個性的な五人のキャラがラマー社のボード（米国のボードメーカー。何と渋いメーカーを選んでくれたものか）に乗り、トリック専用を含む8コースを滑り降りる3Dレースゲームだ。

本作品のレースコースは、実際にある雪山や町並みを意識したレイアウトになっている。中でも「デッドリーフォール」は圧巻である。山頂から滑り降りるこのコースは、前述のビデオを思い出させたほどの出来映えだ。これらのコースをいくつかのゲームモードを選んで滑るのだが、基本となるタイム・アタックとトリック・アタックは非常に面白い。



自然を意識したコース設計も魅力の一つ。

タイム・アタックでは、ショートカットや障害物等をパスするルートの選択など、タイムを短縮するポイントが多く、レースゲームとしての面白さを高めている。またトリック・アタックは障害物であったジャンプ台、こぶ等を積極的に利用して得点を稼ぐことになる。そのトリックは30種類以上も用意され、その難易度は絶妙で達成感は高い。成功時には素直に「カッコいいよ、オレ」と思ってしまうほどだ。

計算され尽くしたコースデザインに、スノーボードならではのトリックの面白さがうまく融合し、レースゲームとして幅の広い楽しみ方を提供しているのである。

さらに注目すべきは、冒頭でも述べた雪上での滑走感覚をうまく表現しているところ。新雪やアイスバーンなど雪質の変化は操作感に違いが現れ、コース取りやジャンプの着地後には3Dスティックによる微妙な重心移動をプレイヤーに要求する。これはスノーボードにおけるバランス感覚をリアルに再現している。個人的には、腰まで埋まる新雪をエッジが切り裂くスノースプレーの表現に感動すら覚えた。実際のゲレンデでボーダーが新雪を好む理由であるこの爽快感を、ゲームの中で表現することに成功しているのである。

今までに数多くのスノーボードゲームが発売されたが、これほどまでにCOOLなものはない。N64の表現力と任天堂の底力を感じさせる良作であった。

（編集部　山内）

トリック：スノーボードのジャンプ中に繰り出す技。　**テン・エイティ**：三回転するスピン系のトリック。　**スノボー**：スノーボードの略。しかし編集部では禁止。略すな。　**1分10秒75**：松井編集部員の「デッドリーフォール」ベストタイム。担当ライターの山内編集部員より速い。

あらゆるものの９割はクズである
SF作家、スタージョン

今号の駄作

第一弾　侍魂

新連載！　情け無用の編集部員持ち回り企画！

今号の駄作、ですか。

最近めっきり丸くなったと言われるゲーム批評だけど、なんか久しぶりに毒気＆殺気満点の記事ですな。こんな危険極まりない記事を書いたが最後、もう二度と陽の当たる道は歩けなくなるでしょう。とりあえず私が人身御供の核弾頭として最初に特攻するので、後は頼んだぞ、みんな！　片道燃料で発進！

……さて、記念すべき最初の獲物は「侍魂」です。あのポリゴンのやつです。いや〜、久しぶりにカマしてくれましたね、新日本企画（旧名）！　AMショーで出た時点で「なんじゃこりゃ？」な出来でしたが、製品版でも全然ヘボさが直ってないのには驚嘆しましたよ。社運を懸けた「ハイパーネオジオ64」とかいう新ハードを使った作品がこんなんでいいのでしょうか？　こんな駄作を筐体とセットで買わされたロケーションの怒号層圏が聞こえてきそうです。パグナパグナ〜〜。

今時「闘神伝」かと見まごうばかりのジャギジャギなポリゴンキャラ。操り人形の如きぎこちないモーション。キャラクター全員に凶悪コンボを用意するという華麗なバランス調整。斬新な新システムのはずのスタミナゲージが単なる足枷にしかなってない等々……ゲーム内容も申し分ないほど底抜け失敗作に仕上がっております。ベノムストライク。「新ハードとポリゴン技術の実験のため作品」と言えなくもないですが、お金を出してプレイするユーザーにとっては迷惑この上なしです。ゲーム中に突然キャラがぬいぐるみになったり、映画「シザーハンズ」をパクったり、千葉〇子が偉そうに自伝を出したり、テリー・ボガードの声を少年隊のニッキがあてるくらい迷惑です。湾岸スキ〜ヤ〜♪

思えば「サムライスピリッツ」シリーズは、第一作が最高傑作で、続編が出るごとに質がどんどん落ちてきています。これは俗に言う「十三日の金曜日現象」（「エルム街の悪夢現象」でも可）な訳ですが、ここまでシリーズが続いたのはやはりナコルル恐るべしといったところでしょう。この方程式を用いると「ナコルル＝ジェイソン」という答えが導かれる訳ですが、そろそろナコ「ジェイソン」ルルさんを休ませてあげてもよいのではないでしょうか。どうせ酷使するなら、「KOF」にナコルル出してはいかが？　カプコンだって「VS」シリーズにモリガン出したことだし。「世界観がうんぬん」とか言ってるようだけど、じゃあなんでギースは生きているのかしらン？


演出面はイカしてるんですが、肝心のゲームが……。

最後に、フォローするつもりではないのですが、私はSNK様が嫌いな訳ではありません。むしろスキです。秋葉原のサト〇ムセンで「ミューテイションネイション」のROMカセットを買ってきたばかりですし（ちなみに780円ナリ）、「メタルスラッグ2」は私の今年のベストゲームに決定済みです（本当）。今後は「メタルスラッグ」シリーズに全力を注いで下さいませ、SNK様！　（編集部　松井）

侍魂（格闘ACG）　メーカー：SNK／機種：アーケード／発売年度：'97年

年刊 ゲーム批評'97 下半期

A5判／360ページ／定価1,400円(税別)　**好評発売中!!**

激動の'97年下半期ゲーム業界の動向が分かる特別編集版

本誌Vol.14～Vol.16までの内容をベスト・リミックス！

・特集記事
「個性派ゲーム大特集!!」
「究極のゲーム、ディアブロ」
「ギャルゲー、賛否両論!?」

・大好評連載陣
「悪趣味ゲーム紀行」「KOJIMACINEMA」
「カズマデラックス」「わびん日記」
「洋ゲー★NOW!」「電視遊戯考現学講座」
「韮沢靖のビデオズモンスターワールド」

特別書き下ろしページも充実！
「編集部員'97年ベストゲーム」
「魅惑の喫茶店調査隊」他。



編集 発行　**マイクロデザイン出版局**
〒104-0043
東京都中央区湊2－4－1マイクログループビル
TEL.03-3206-1641(販売) FAX.03-3551-1208

スタッフ募集のお知らせ

マイクロデザインでは今、スタッフを募集しています。興味のある方は、お気軽にご応募ください。

■勤務地：東京都中央区湊　　配属：（株）マイクロデザイン出版局
■業務内容：「ゲーム批評」「パソコン批評」ほか雑誌編集スタッフ／出版営業／ソフトウェア開発
■募集形態：アルバイト(時給800円～1600円)／契約社員(月給15万円～30万円)／一般社員(当社規定による)
■勤務時間：9：30～18：00（出勤日数・時間は応相談）
■休日：完全週休２日制 ■資格：高校卒業以上、28歳位まで
■提出書類：①履歴書（顔写真付きで） ②職務経歴書（書式自由） ③志望動機（400字詰め原稿用紙３枚程度）
■締切：平成10年5月末までに下記住所まで郵送（早期到着分から優先）
■待遇：当社規定により、年齢、経験を加味
■選考：書類選考の上、面接日を通知いたします　応募先：〒104-0043　東京都中央区湊2-4-1　MGビル
（株）マイクロデザイン出版局　「ゲーム批評」スタッフ募集係　（担当・斎藤）

※なお、応募書類は返却できませんので、あらかじめご了承ください。

破格の読者コーナー 旅情編

読者あっての本ですから

もらった切符は片道だ 前進あるのみ読者コーナー!!

○さて、私どもゲーム批評もなんとかめでたく20号を迎えました。これも読者のみなさんのおかげです。これからもよろしくお願いします。（松井）

◎20号、人間でいうところの成人式か。雑誌としてやっと一人前になったってことだな。よし、次は100号目指して頑張ろう！……ところで、100号を迎えるのはいつ？（古庄）

○隔月刊ペースで行くと……13年後ですね。（松井）

◎うーん、一瞬、気が遠くなった。（古庄）

★郵便番号は7ケタにしましょうね。

（大阪府　かどまじん）

★スゲェ細かい事っっつく様ですが、この時期に出す郵便物の郵便番号は7ケタにしておくべきでは？

（岡山県　敏）

◎19号のアンケートハガキを送ってきてくれた読者の約7割にツッコミを食らってしまったぞ。どうしてくれる。（古庄）

○中にはわざわざ7ケタ番号を調べて下さった方も。大変申し訳ございませんでした。（松井）



（千葉県　ハッピー（K・F・T）ふく介）
○うーん、密かに女性ファンが多い作品ですね。（松井）

◎……でも、3ケタでも届くから、いいじゃん！　忙しいのに手間とらすな郵政省！　金返せ大蔵省！（古庄）

○逆ギレですか？（松井）

★自分のマンガのキャラを友人が投稿してくれたら雑誌にのった。自分のマンガのファンが少ないコトを知った。自分がこの本にアンケートを書いたら、いきなり載った。ひょっとしてこの本のファンも少ないのでは…？　ガンバレ俺、ガンバレゲーム批評!!

（神奈川県　林英樹）

○職業、漫画家の方からの投書です。（松井）

◎いいねぇ、最後のフレーズ。ガンバるぞ俺！　ガンバるぞゲーム批評!!（古庄）

★毎回思うのだが、「読者あっての本ですから」の編集者の回答、なんかスベってる。（大阪府　やま〜）

○頑張るって言った側からこんなハガキが来ていますけど。（松井）

◎……。（古庄）

○いい歳してスネないで下さいよ。（松井）



連載第五回

半蔵の地獄絵巻

Ninja=Hanzoh



◎骨川スネ夫。（古庄）

○やっぱりスベってますね。（松井）

★先日電車の中で「せがた三四郎いいよねー。私もプレステ買っちゃおっかなー」という女子高生の会話を耳にしました。せがた、プレステを一台販売の巻。（神奈川県　つまさきだち）

※ハッハッハッハ。（ゲーム批評編集部一同）

★日野氏が新人の中で一番もっているから、10年後に編集長になってることに期待する。（東京都　ウポ）

○……というハガキが来てますけど、どうですか？（松井）

◆そうですね。頑張ります。（日野）

◎だめだだめだ！　編集長になりたかったら、この新副編集長・古庄を倒してからにしな！　貴様なんか1分でKOだ！　1ラウンドじゃねぇ、1分だ！（古庄）

○力石徹ですね（古い）。（松井）

★今も貧乏ですが、昔はもっと貧乏でした。その頃はソフト一本買うのも決心がいりましたが、その分しゃぶりつくすまでプレイしました。今は途中でやめたソフトがたくさんあります。（岡山県　うどん）

★このごろゲームをやらなくなった。齢をとったせいなのか。おもしろいものがないだけなのか？　みんな！　ゲームやってるか？（佐賀県　まるろう）

◎面白いゲームがない？　いやいや、まだまだ面白いゲームはたくさんありますぜ。ほとんど注目されていなかったけど、めちゃめちゃ面白いゲームを発掘してその魅力を十分に伝える努力を今後も続けたいと思いますね、ええ。（古庄）



（広島県　大塚恵子）
◎君はあのオープニングデモを見たか!?（古庄）

◎さて、突然ですが読者コーナーをリニューアルしたいと思います。そこで、「こんな読者コーナーにして！」「こんなことやったら面白いんじゃない？」といった提案を大募集いたします！　いいアイディアが浮かんだ人は、ぜひぜひどしどし投稿して下さるようお願いします。アンケート葉書に書くのも可です。ちなみに、読者コーナーに採用された方には掲載号の表紙テレカをプレゼントするので、もりもりご応募してみてはいかが？

次のページも読者コーナー

★アンケートの狭間から

今回のこのコーナーでは、引き続き「切手イラストアレンジ」作品を掲載いたします。「太った」というコメントだったので、「おすもうさん」＆「ダイエット失敗」ネタが多かったですね。ちなみに我が編集部では「ルームランナー」を導入。でも誰もやってません。

さて、読者コーナーのリニューアルに伴い、この「切手アレンジイラスト」コーナーを一旦終了させていただきます。いままでの投稿ありがとうございました。今後もアレンジすると、テレカ当選率が上がるかも……？



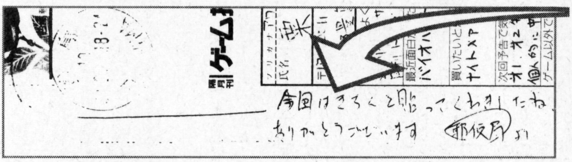
（大阪府　蓮乃花）



（北海道　シャスナフリーク（？））



（茨城県　永沼純也）



なんとこんなメッセージ!!
ありがとう
郵便屋さん

（東京都　4ひえたさんのアンケートハガキより）



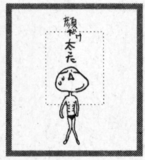
（京都府　クインテット命）



（東京都　おひつぢ座）



（北海道　黒猫ジジ）



（埼玉県　細川洋子）



（石川県　吉田早真）

読者ランク帝国

年末の大作ソフトが出揃った今回のゲームランキングですが、PSのミリオンソフトを抑えたのはサターンのRPG2本。販売本数が200万本に迫る勢いの「バイオハザード2」を尻目にワンツーフィニッシュを決めました。それ以外にも口コミで伸びそうな気配の「街」や、どこからともなくカッ飛んで来て、あの「グランツーリスモ」を抜いた「カオスシード」など、なんと7本ものサターンソフトがランクインです（ゲーム批評読者にはサターンユーザーが多いのでしょうか……）。そんな中、注目ソフトは「七ツ風」ですね。簡単な操作で味わえる、友情についての切ない物語が素晴らしく、ぜひプレイしてもらいたい佳作です。

さて、今回はアクション系が少ない結果でしたが、現在、編集部で流行しているのは、いまさら「パネルでポン」とセガサターンの「街」、そしてN64の「1080°」です。特に「1080°」は編集部員2人に「ロクヨン買う！」と言わしめた逸品。タイムアタックがメチャメチャ熱いです。

最近面白かったゲームソフト
（19号アンケートより）

順位		ソフト名	ハード
1	↑	グランディア	SS
2	↓	デビルサマナー　ソウルハッカーズ	SS
3	NEW	バイオハザード2	PS
4	NEW	街	SS
5	NEW	仙窟活龍大戦　カオスシード	SS
6	NEW	グランツーリスモ	PS
7	NEW	AZEL －パンツァードラグーンRPG－	SS
8	NEW	BUST A MOVE	PS
9	→	この世の果てで恋を唄う少女　YU-NO	SS
10	NEW	ヨッシーストーリー	N64
11	→	ポケットモンスター	GB
12	NEW	七ツ風の島物語	SS
13	↓	カルドセプト	SS
14	↓	MOON	PS
15	NEW	ワールドネバーランド －オルルド王国物語－	PS

★女性ゲーマー救国戦線会議

◎ここは女性ゲーマーならではのご意見やゲーム観を取り上げるコーナー。担当は、人と技術が響き合うHere, The Future な男・古庄でーす。

★グランディアって、久しぶりに気分のいいRPGでした。前向きの主人公にかわいい彼女。どうせ息子を持つなら、こんな男の子もいいなーとか思ってしまいましたよ。（栃木県　北山康子）



（東京都　長月美兎）
◎前作ファンはかなり厳しい評価だぞ。（古庄）

◎そうそう、男の子は元気が一番、中華一番！　ワンパクでもいい、たくましく育て！（古庄）
○ネタがすでにオヤジなんですけど……。（松井）

★私は「プリンスメーカー」より「ナイトメーカー」の方がいいです。王子様より騎士の方が好きだから。で、「おかあさん」より「教官」になりたい！　もちろんプレイヤーキャラクターの性別は「男」、だ！　でもって、ラブラブエンディングを目指すんだーっ!!　というのは半分本気だけど……（ええ、ホモネタは好きですから……）。（京都府　平松聖悲）
◎うーん、こちらの期待通りの投稿、ありがとうございました。でもお兄さん、そのゲームのラブラブエンディングは見たくないな。（古庄）

★今、バタフライナイフによる犯罪が問題になってますけど、ナイフ一本でクリアとかいってる「バイオハザード」がまた勘違いなヤツらにヘンな取り上げられたらどうしよう……と思っていたら、なんと週刊新潮で特集してるよ！　ああ、気が重い。（東京都　みきぷー）

★ナイフ事件のことだけど、どうも特定のジャンルに対するバッシングが日増しに激しくなるようですね。読者の中には親の立場にある人も多いから、きっといろいろ考えることもあるでしょうが。危険なのはナイフではなく、間違った使われ方をすることが危険なのだ、ということをきちっと教えてないことがいろんな問題を生み出すのではないでしょうか。ナイフで手を切ってしまった時の痛さを知らないから、これを間違えたらどうなるというのが分からないんですよね。包丁使いが下手な主婦のわたしです。（岩手県　吉田悦子）
◎「ポケモン」に続いて例のナイフ事件によってまたゲームが悪者に……。なぜTVを始めとするマスコミは過剰なまでにゲームを非難するのでしょうか。そういったマスコミこそゲームと現実の区別がついていないのでは？　それに「子供たちにとってゲームは悪だ」と決めつけるマスコミこそ、間違った見識を世間に広める悪だと思うのだ!!（古庄）



（大阪府　立町都志満）
○『天誅』といえばやはり「紅小灰」ですね。（松井）

次は「読者ニヨル批評ノページ」です。

論

読者ニヨル批評ノページ

読者だから見えることもあるし、読者にしか見えないこともある。
だから「読者ニヨル批評」なのです。
今回も、読者の新鮮な視点による批評がいっぱいです。

第十九回



今月の選者・松平しの

読者のみなさま、お久しぶりです。今回も私こと松平が選者を仰せつかりました。さて、春は出会いの季節なんて死語もありましたが、新しいゲームとの出会いはありましたか。ていうかみんな「街」やれって感じ。モテモテ高校生のエピソードが個人的には最高。時代錯誤感がチュンマジックでいい味になってます。閑話休題。それでは今回もさくっとソフト批評の方に参りましょうか。

TR・レイラ・クロフトへの道

PSを持っていながら「トゥーム・レイダース（TR）」をやらない、なんて不幸なあなたへのアクションアドベンチャーゲーム（AAG）ガイド、題して「TR・レイラ・クロフト（TRの女主人公のコト）への道」。

TRのレイラの動きが難しくてゲームを楽しめないあなた、そうでしょうとも、私も初めはそうでした。しかし、それは練習あるのみ、レイラのお家でダルな練習を繰り返すより、思い切ってフィールドへ出てきっちりセーブしながらやった方が上達は早いようです。

さて、それでも音楽なし、異様に広いフィールドにとまどうあなたには、ひとまず「TR」を放っぽらかして「オーバー・ブラッド（OB）」をやってみることをお勧めします。主人公の動きはレイラに比べると格段に落ちますが、フィールドは一本道だし、敵がメチャメチャ弱い！　なにしろラストのボスまで素手でOKという凄さ。でもその分、本格的な謎解きの面白さが味わえます。何よりもPSベストでお値段2800円はおトクなソフトです。

「OB」をやって、さすがに短い、食い足りないというあなた（もしOBが難しすぎるという人は残念ながらAGをあきらめてください）に用意されているのは、「バイオハザード・ディレクターズカット」。普通のバイオハザード（BH）でもいいけどビギナーモードがある分、やり易いと思います（確かにノーマルモードだと武器弾薬がギリギリくらいだった）。

「BH」も主人公の動きがぎこちないのですが（やり込むうちに気にならなくなる程度では



広島県　直野生海

トゥームレイダース（AVG）	メーカー：ビクターインタラクティブソフトウェア／機種：プレイステーション＆セガサターン／価格：￥5,800／発売日：PS '97年2月14日 SS '97年1月24日
OverBlood（AVG）	メーカー：リバーヒルソフト／機種：プレイステーション／価格：￥2,800（ザ・ベスト版）／発売日：'96年8月2日

ある）、プレイタイムの長さといい、演出のうまさといい、さすがの大ヒット大作ソフトの貫禄十分といったところ。それでも難しいという人にはプレイ上の鉄則2つ。まずドアを開けたり、角を曲がる時には絶対に銃を構えるコト。もう一つは敵に撃ち込んだ弾の数を数えるコト。これだけでずいぶん攻略が楽になるハズ。それにつけてもジル（女主人公）のグレネード・ランチャーの楽しさよ。

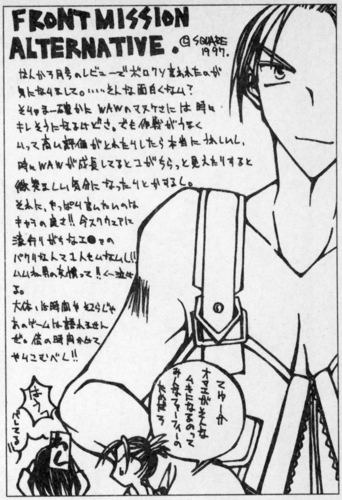
さて、「BH」を終えたあなたは気付くハズ。楽しかった。PSはこのゲームの為に生まれてきたのだ、と。しかーし、「BH」の主人公達の動きのぎこちなさ、そしてやはりAG特有の一本道ぶり、そんな不満を持ったあなたに用意されているのが「TR」なのだ。難解な謎とレイラのすべらかな動き、そして何よりも遺跡を舞台としたフィールドの広大さ。エジプト編のスフィンクスの巨大さにきっとあなたは涙するに違いない…。

「OB」「BH」「TR」はそれぞれ「2」が発売予定・発売中ですが、ぜひともそれぞれを中途半端に投げ出している人や、AAG食わず嫌いの人は「TR・レイラ・クロフトへの道」を参考にして、新たなる冒険への旅立ちをしていただきたい。

（東京都　吉村慎一）



ゲーマーは遺跡荒らしの夢を見るか？



滋賀県　茅瀬サツキ

読者批評のハナを切ったのは一風変わったアクションアドベンチャーのプレイヤーズガイドです。イギリスでは人気大爆発らしいレイラさんですが、日本での人気はそこそこといったところ。こんな魅力溢れるガイドがあるとプレイする人も増えそうですね。翻って私は、といえば、「バイオ2」の裏レオン（イージーモード）がクリアできません。道はまだまだ遠い…。

「太閤立志伝Ⅱ」の持つ可能性に磨きを

「太閤立志伝Ⅱ」の舞台は戦国時代。主人公は木下藤吉郎（後の豊臣秀吉）。主君である織田信長の命令をこなし、立身出世を目指すゲームである。一介の足軽から天下人にまでのぼりつめた秀吉の生涯をテーマにしているだけあって、前半はRPG色が強く、後半になると「信長の野望」タイプのSLG色が強くなるというユニークな内容になっている。そんな「太閤Ⅱ」だが、実は、SLGの要素を取り入れるとRPGの枠はここまで広がるという見本のような作品ではないだろうか。特に興味深い点を三つ挙げたい。

一つは、展開が流動的であること。「太閤Ⅱ」では、プレイしている間にも大名同士の攻防が繰り広げられ、一本道の展開にはならない。例えば、武田信玄が上杉謙信に倒されるということも起こり得るのである。

もう一つは、主人公と他の登場人物の関係が対等に近いこと。「太閤Ⅱ」においての主人公の存在は、あくまで戦国時代を生きる武将の中の一人という位置づけである。他の武将も立身出世を目指し、それぞれの行動を取っているのである。これにより、ライバルとの出世競争という要素が生まれている。

最後の一つは、自由度の高さ。「太閤Ⅱ」では、やらなければならないことというのが少なく、行動の幅がとても広い。例えば、空いた時間に修業に精を出すも、他国の武将と交流を深めるも、見知らぬ街に行くも、それはプレイヤーの自由だ。思い切って、休暇願

BIO HAZARD DIRECTOR'S CUT（AVG）　メーカー：カプコン／機種：プレイステーション／価格：¥4,800／発売日：'97年9月25日
太閤立志伝Ⅱ（SLG）　メーカー：光栄／機種：プレイステーション＆セガサターン／価格：¥7,800／発売日：PS '96年2月23日 SS '96年11月29日

いを出して全国を旅してもいい。その気になれば、信長の下を去ることも可能だし、謀反を起こすこともできる。

いずれも、SLGの要素を取り入れたことによる賜物であり、一般的なRPGでは味わえない面白さが「太閤Ⅱ」にはある。命令の内容や武将との会話、合戦などに深みがないこと、テンポが悪いことなど欠点も多く、「やろうとしていることにゲームの完成度が追いついていない」のが現状だが、昨今のRPGの閉塞感を打破する可能性は持っていると思う。その可能性に磨きをかけ、名作の域にまで到達する作品の登場を願ってやまない。

（兵庫県　HUSH）



神奈川県　北斗・P

SLGとRPG、融合の先にあるもの

「太閤Ⅱ」とは、今となっては懐かしいソフトですね。光栄、一介の武将、流動する状況といえば最近だと「ゼルドナーシルト」もあてはまるのではないでしょうか。最近どうも元気のない歴史系SLGですが、「太閤Ⅱ」から「ゼルドナ」へ、光栄の系譜は脈々と受け継がれていると思います。いつかもう一花咲かせて欲しいものです。あと、HUSHさんの投稿には住所が書き添えられていませんでした。テレカをお送りしますので、連絡をお願いします。担当松平まで、よろしくね。

「ヨッシーストーリー」に見るマリオシリーズの落日

本作のプレイ後、私の口から漏れた言葉は「マリオシリーズも潰えてしまったか…」だった。この「ヨッシーストーリー」は開祖「スーパーマリオブラザーズ」の6代目とするには似ても似つかない上、物足りなくて寂しかった。

そのような評価となった要因は3Dスティックの操作でもなければ立体的表現でもなかった。一番の要因は急激な難易度低下による達成感の喪失だった。

確かにメロン収集などは困難ではあったがコースやボスの攻略と比較して達成の実感はダイレクトに伝わってこない。おまけに判断基準が分かりにくい得点のみのご褒美も味気なかった。さらにボスキャラの貧弱さにも驚かされた。初対決の時は前座かと思ったほどである。

次に気がかりだったのが自由度。クリアシステムを従来の「ゴールする」から革新的な「収集する」に変えることによってプレイヤーの選択は随分と幅広くなった。だが、これによってすこし窮屈になった感じもする。その原因はプレイヤーの意識が常に「収集」や「探索」に縛られてしまうからだ。高得点獲得というモチベーションも相まって無駄のないプレイが要求されてしまう。そのため寄り道などのいい加減な行為をするゆとりがなくなった気もする。これまでのシリーズ作品はついつい手を出してしまう無益で無駄なチャレンジが面白さの一因だったように思う。ブロックをすべて破壊したり、わざわざ危険な場所へ数枚のコインを取ったりすることがそうだった。結果的に行動選択の自由は増えたが、心理的自由は削がれてしまった。

以上、かなり厳しく述べてきましたが、これは保守的な1人の2Dアクションゲーマーとしての意見です。好意的に見れば確かにビギナー用としては最良の秀作です。このジャンルをシューティングのようなマニア専用にしないため、将来を見越した任天堂の布石だったかもしれません。でも、や

ヨッシーストーリー（ACG）　メーカー：任天堂／機種：N64／価格：¥6,800／発売日：'97年12月21日

るなら「カービィ」や「ドンキーコング」があるでしょう！ なにも栄光のマリオシリーズでやらなくても…。

（大阪府　2代目は夢工場）



横スクロールアクションにおける新たな方向性の模索

表現方法がすっかりポリゴンに移行してしまった感のあるアクションゲームですが、操作してみると実は疑似3Dで、2Dの方法論から抜け出せていないソフトも多いですよね。そういう意味で、「スーパーマリオブラザーズ」の存在は偉大だな、と思います。「ヨッシー」もそこから出発しているものの、マリオの影響から脱却して、独自の路線を確立しようとしているのではないでしょうか。産みの苦しみは大きいとは思いますが、今後の更なる発展を祈るばかりです。



宮城県　洸岡紗希

「センチメンタルグラフティ」の感想

すごく楽しめました！

暗黒舞踏のようなOPからしていいじゃないですか。日本地図上に蠢く心臓マーク、かわいいです。42．195キロ、息も切らさず並走&追い抜きする、自称足を痛めた娘。満員にしか見えない「誰もいないライブハウス」。「どうしても手伝って欲しい」という手紙をもらい、何だろうと東京→四国へ行ってみて、「鳥の巣箱ちょっとそこの木に付けて下さい」とか言われれば、僕的には大ヒットです。楽に作ってるんだなぁってカンジで好感持っちゃいます。今時まばたきひとつしない絵のおかげか、ロード時間も少なくストレスなしですし、女のコとの会話は、恋愛のやりとりというより宗教の勧誘のようなウサン臭さ、それがまた、近場で友達一人いないっぽい主人公像浮き彫りで、とてもグッドです。なんと言っても、去年山ほど出てたグッズの「オチ」グッズな上に、ゲームが出来ちゃうオマケが付いて、他グッズよりよっぽどお買い得です（量販店じゃ1980円でした）。それだけでもうオッケーです。素直にUFOキャッチャーに入ってれば、もっとオッケーでした。惜しい！



（東京都　上田ハジメ、イラストも）



「ギャグゲー」ノススメ

ナナメにやると面白そうですよね、「センチ」。過去、あまりのオモシロさに「ときメモ」を全員クリアし、最近では「プリクラポケット2」（GBの彼氏育成ゲー。抱腹絶倒）にハマっていた人間なもので、個人的には全然いい感じです。ただ、発売初週の売り上げランキングを見て「街」との格差を思うとき、もの悲しさを覚えるのは何故でしょうか…。

前号の読者批評コーナーには、「募集したクセにいつもと同じページ数じゃんよ」との声もありました。すみません。構成上の都合で現状維持のままになってしまったんですよ～。それにしてもたくさん集まった投稿から掲載文を選ぶのはきつかったです…。このコーナーは今後リニューアルの予定もあるとのことなのでお楽しみに。次号への投稿も、いつもの通り1000文字程度の原稿でお願いします。たくさんの応募をお待ちしています。

各コーナーへのお便り、投稿は
〒104-0043 東京都中央区
湊2-4-1 MGビル
(株)マイクロデザイン出版局
『隔月刊ゲーム批評』編集部
読者コーナー係まで

次回締切は5月5日です。

センチメンタルグラフティ（SLG）　メーカー：NECインターチャネル／機種：セガサターン／価格：¥7,500／発売日：'98年1月22日

『ゲーム批評』の編集方針

ゲームを批評するとは、どういうことなのでしょうか。
数多く出版されるゲーム誌は、メーカーとの深い結びつきのために、
ゲームソフトを公正に表現することが難しい状況にあります。
私たちは、『ゲーム批評』を発刊するにあたっての指針を
以下のように定めました。

●広告を入れないことで、各メーカーとの距離を公正に保ち、『ちょうちん記事』に類する原稿は掲載しない。

●ゲームソフトを、『商品』（企業力が評価を左右する）としてよりも、『作品』（制作者の優劣が評価を決める）としての立場をより重視する。

●批評は、ゲームソフトを数時間プレイしただけで点数をつける、といったやりかたではなく、ソフトを終わらせ、制作者の意図を読み取る努力を前提とする。

●批評は、感想文でも中傷でもなく、建設的な考えのもとに行う。

●批評は、主観に負うものなので、ひとりよがりになりがちだが、広い視野を持ちその作品の状況を把握し行う努力をする。

●批評にとりあげるソフトは、編集部がなんらかの価値あるソフトと判断したものに限定する。

●評者および編集部は、ソフト批評に責任を取り、事実誤認についてはすみやかにメーカーおよびユーザーへの謝罪を行う。だが、意見の相違については、納得いく回答が得られるまで、意見を撤回しない。

上記の方針のすべてを完璧に実現するには、
私たちは力不足かもしれません。
しかし、ゲームという文化の健全な成長のために、
私たちは努力しています。
そのための『ゲーム批評』なのです。

ゲーム批評編集部

ゲーム批評3月号 プレゼント当選者発表!!

ゲーム批評1月号表紙テレフォンカード(30名)

北海道	大滝	朝香
	福島	憲一
青森県	蛇口	春香
岩手県	川辺	剛史
宮城県	阿部	公一
山形県	川崎	建一
福島県	国分	一成
茨城県	熊木	聖二
群馬県	萩原	敏也
埼玉県	小園	康生
千葉県	岡部	邦彦
東京都	原	由希子
	足立	恵
	深沢	綾乃
	綱川	和正
神奈川県	中野	敏雄
	芳賀	千恵
	中村	憲彦
新潟県	玉木	孝子
	佐藤	公史
長野県	柳沢	景子
京都府	沖	一正
	深瀬	英一
大阪府	院田	昭博
	湊	伸矢
静岡県	松本	建一
奈良県	前田	冬彦
広島県	市村	朋大
高知県	上野	智子
福岡県	宮崎	興一郎

天野喜孝氏 '98年カレンダー(20名)

北海道	菊谷	和仁
岩手県	坂本	和明
茨城県	高野	陽一
群馬県	島田	直康
埼玉県	池田	明大
東京都	奥島	大地
神奈川県	横山	誠
	照井	啓
長野県	今泉	一郎
富山県	千葉瀬	里子
静岡県	大谷	祐子
愛知県	夏目	紀男
	粥川	究
	柴田	みき
京都府	菊池	誠
大阪府	立石	真吾
兵庫県	草別	聡
徳島県	佐良	家康
愛媛県	上田	陽子
福岡県	杉本	昌広

「巨人のドシン」絵はがき(10名)

宮城県	山口	哲也
秋田県	黒崎	久昭
埼玉県	池田	明大
東京都	引地	拓朗
山梨県	網代	久美子
大阪府	山田	道
和歌山県	光本	和馬
岡山県	木之元	弘樹
山口県	平林	真理子
香川県	中村	陽一

なお、当選品の発送は4月20日までに終了しております。未着の方は編集部にご連絡下さい。ただし、'98年5月末日を過ぎてからのお申し出は無効となりますでご注意下さい。(担当:並河)

※年刊ゲーム批評'97年上半期表紙テレフォンカードプレゼントは発送をもって発表に代えさせて頂きます。

バックナンバーの ご案内

Vol.1・Vol.2・Vol.15は品切れです

<Vol.3>'95 4月発行775円(税込)
■特集1「次世代機を斬る!」
●セガの本気 セガサターン●ソニーの自信 プレイステーションほか
■特集2「ゲームスクールの実態」

<Vol.4>'95 7月発行775円(税込)
■特集1「帝王任天堂の悲哀と栄光」
●ウルトラ64はすべてを凌駕できるのか?
■特集2「確信!! シミュレーションゲーム」

<Vol.5>'95 9月発行775円(税込)
■特集1「新世代ゲームの葛藤」
●アーク ザ ラッドは『新世代RPG』の扉を開けたのか ほか
■特集2「ゲームの批評とは何か」

<Vol.6>'95 11月発行775円(税込)
■特集1「衝撃、キャラクターゲーム」
●魔法騎士レイアース キャラクターゲームにおける新しい道標 ほか
■特集2「裏ソフトの『濃密』な生態」

<Vol.7>'96 1月発行775円(税込)
■特集1「RPGの本質とは何か」
●ドラゴンクエストVI RPG最高峰の説得力 ほか
■特集2「決着!? サターン vs PS」

<Vol.8>'96 3月発行775円(税込)
■特集1「スクウェア幻想の真実」
●FFVIIPS参入の衝撃! ほか
■特集2「今が旬の制作者たち」

<Vol.9>'96 5月発行775円(税込)
■特集1「胎動…アドベンチャー」
●バイオハザード 体験する「恐怖」の可能性 ほか
■特集2「ユーザーとメーカー 存在の示すもの」

<Vol.10>'96 7月発行775円(税込)
■特集1「ゲームは誰が作っているのか」
●私たちは誰を評価すればいいのか ほか
■特集2「徹底!シューティングゲーム」

<Vol.11>'96 9月発行775円(税込)
■特集1「どこまで出来る!? NINTENDO64」
●N64 発売が意味するもの ほか
■特集2「デザインするゲームたち」

<Vol.12>'96 11月発行775円(税込)
■特集1「注目メーカー全特集」
●カプコン〜完璧を目指す華やかな格闘帝国 ほか
・クリエイター原体験 横井軍平・特別対談 ナイツスタッフ×本誌編集長

<Vol.13>'97 1月発行775円(税込)
■特集1「今のゲームっておもしろいのかよ」
●ゲーム離れが囁かれる現状とは!? ほか
・クリエイター原体験 亙重郎・告発! 美少女ゲーム業界

<Vol.14>'97 4月発行798円(税込)
■特集1「個性派ゲーム大特集」
●カッコワルイがカッコイイ時代の到来 ほか
・クリエイター原体験 安田朗・特別企画 「業界に広がる波紋」

<Vol.16>'97 9月発行780円(税込)
■特集1「ギャルゲー、賛否両論!?」
●ギャルゲー氾濫の現状 ほか
・クリエイター原体験 齋藤晃・特別企画 ゲーム制作者たちの現場!?

<Vol.17>'97 11月発行780円(税込)
■特集1「格闘ゲーム、飽きねぇか?」
●かげりの見えてきた格闘ゲームブーム ほか
・クリエイター原体験 薗部博之・特別企画 CESAって何だ?

<Vol.18>'98 1月発行780円(税込)
■特集1「ゲーム業界、ここがカッコわるい!?」
●ゲーム、メーカー、クリエイター、マスコミのカッコ悪いこと ほか
・特別特集 追悼 横井軍平氏・'97年 ザ・ベストゲーム

<Vol.19>'98 3月発行780円(税込)
■特別特集
「一冊丸ごと、ソフト批評!!」
●ABE a GOGO、グランディア、チョコボの不思議なダンジョン ほか
・クリエイター原体験 百田郁夫
・検証、ポケモン事件の真相



別巻 飯野賢治の本 '96 9月発行764円(税込)
別巻 読者あっての本ですから '97 4月発行788円(税込)
別巻 DIABLO ART GUIDE BOOK 97 9月発行2100円(税込)

※現在、バックナンバーの直販は行っておりません。書店のみの取り扱いとなります。御注文の際は右記の注文書に号数・注文数・住所・氏名・電話番号をご記入の上、お近くの書店にお申し込み下さい。(コピー可)

客注扱い	書店(帳合)印	販元:マイクロデザイン出版局 TEL03-3206-1641/FAX03-3551-1208 お名前 ご住所 〒 TEL ( )

ゲーム批評 Vol.( ) Vol.3〜13 738円、Vol.14 760円、Vol.16〜780円(Vol.16〜税込み価格です)		各 冊
ゲーム批評総集編 ( )年 ( )半期 96年上半期・下半期 各1437円、97年上半期 1400円		各 冊
飯野賢治の本	728円	冊
読者あっての本ですから	750円	冊
DIABLO ART GUIDE BOOK	2000円	冊

隔月刊 ゲーム批評
5月号

ゲーム批評Vol.20
第5巻 第4号 通巻第28号
1998年5月1日発行
定価780円（税込）

STAFF

発行人 武内静夫
編集人 小泉俊昭
編集長 斎藤亜弓
副編集長 古庄浩二
編集部 松井 真
日野勝彦
田中早人
山内智和
松平しの
小野塚謙太
並河美樹
アートディレクション 石井敏昭
デザイン 金子 健
亀尾裕次
常松良三
田中一徳
販売営業 長谷川安次
Special Thanks brahman
印刷：大日本印刷株式会社

（株）マイクロデザイン出版局
〒104-0043 東京都中央区湊2-4-1
MGビル
TEL 03(3206)1641(販売)
FAX 03(3551)1208

次回
『隔月刊 ゲーム批評7月号』は
6月3日発売予定

EDITORS' ROOM

編集部から――

ゲーム批評も今号でなんと20号!! これを記念して、素晴らしいもりおか氏の表紙をリバーシブルでお送りしてみましたがいかがでしたか？ 本誌のアイドル（？）的存在だった小野元副編集長がパソコン批評編集部に異動という寂しいニュースもありますが、スタッフも増え編集部は前にもまして充実!! これからも応援してくださいね。（斎藤）

最近なにやら編集部がにぎやかになってます。どうも。今号から副編の古庄です。「よっしゃあ、『街みか』じゃあ！」と思ったら今回で最終回。ゲーム批評のアイドルへの道は遠く険しいようで。さて私、この3月でとうとう三十路を迎えてしまいました。だからって何が変わるという訳でもないんだけどね。（古庄）

この本が出る二日後には新宿パワステの「人間椅子」ライブで萌えてるはず。彼らのような独特で強力なバンドはもっと売れるべきだ！ 凡百よ去れ、特異よ来たれ！ 扉よ開け、ヨグ＝ソトホート！（松井）

オアシスのライブに行けなくてかなりブルー。その後「ラッキー嬢ちゃん」の復刊、「スターシップ・トゥルーパーズ」の試写会、フランク＆ウォルターズ久々の新作を経て何とか復活。（日野）

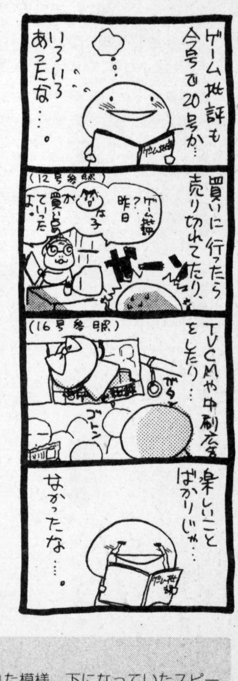
キングオブスキー!! ノルディック複合!! 取材で長野オリンピックに行きました。何であんな寒い所オレ一人と思っていたのが、確実に仕事を忘れて応援。オギワラー!!（山内）

前号に続いてアニメの話でごめんなさい。「ベルセルク」で平沢進さんの曲が使われてる。ダークファンタジーとテクノ博士の組み合わせが、苺大福のテーストで思わずウットリ。（田中）

ゲームはドラッグというのが持論だったりする訳だが、『ＮｅｏＡＴＬＡＳ』はまさしく真性ドラッグ。今回廃人になりかけた。やば。（松平）

新人です。面接の時、編集長のイカレポンチな赤ブチ眼鏡を見て、この人についていこうと思いました。どうぞよろしく。（小野塚）

初めまして。鬼畜サクラです。当初の計画ではこんなデビューの筈では…。松井さん、責任とって下さいね。（並河）



編集部ニュース

本誌10号96頁で使用した縦置きテレビがついに壊れた模様。下になっていたスピーカーからでる音が割れまくります。古庄さんが「これじゃあ落ち着いて『愛しすぎなくてよかった』が見られないよ。りょうの声がこもるんだもん」とご立腹。

●メーカーのみなさまへ：事実誤認については、すみやかに謝罪いたします。
また、意見の相違、本誌批評に対する反論などございましたら、御一報ください。

隔月刊ゲーム批評 7月号 JULY 予告

第1特集

すぐ解けるからおもしろい？　きれいだからおもしろい？

それじゃ、ゲームの面白さってなに？

ゲームが売れない、最近ゲームがつまらない、という声をよく耳にする。また、よく作り込まれた作品も難易度の高さや一般性のないものは市場から消えていく。「難易度」は永遠の謎というが、それではゲームの面白さとは何か？　ゲームの楽しさとは？

第2特集　今、ゲームマスコミに求められているもの

今まで何度か特集を組んできた、ゲームマスコミ。批評する意味を含め、ゲーム自体が成熟期に入ったからこそ問われる、ゲームマスコミに求められるものとは何か。

その他ソフト批評（パラサイト・イヴ、サクラ大戦２、電脳戦機バーチャロン　オラトリオ・タングラム、ゼノギアス、鉄拳３、ファイティングバイパーズ２、REBUS、機動戦士ガンダム～ギレンの野望～、エアガイツほか）、**連載陣も絶好調！！**

次回「隔月刊ゲーム批評7月号」は 6月3日発売！

※予告内容は都合により変更になる場合がございます。

告知!　第2回ゲーム批評ライブ開催!!

なんと、またもやゲーム批評ライブが開催されることになりました!!　ゲストはまだ未定ですが、どんな素晴らしい方に参加していただけるのか乞うご期待!!

●日時　5月2日（土）19時から23時頃まで
●場所　新宿ロフトプラスワン
東京都新宿区富久町16－11　武蔵屋スカイビル１Ｆ（地下鉄丸の内線「新宿御苑前」４分／ＪＲ新宿東口12分）　TEL 03－3357－1676　プラスワン料金（ライブチャージなし、飲食料金のみ）

●内容
第一部　売れるゲーム、売れないゲーム～最近のゲームはつまらない？
20号第1特集のウラ話から21号の前哨戦まで、最近のゲームの傾向について熱く（!?）語り合おう!!

第二部　ゲーム批評の周りの怪文書
雑誌の性格上いじめられることの多いゲーム批評。アンケート葉書からインターネット、同人誌他マスコミまで。ゲーム批評に寄せられた意見他いろいろ考えちゃおう。

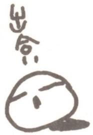
ゲーム批評
1998
5月号
売れるゲーム、売れないゲーム／中古ソフト販売は悪か？
Vol.20

平成10年5月1日発行第5巻第5号通巻第28号 発行人：武内静夫 編集人：小泉俊昭 発行所：マイクロデザイン出版局 〒104-0043東京都中央区湊2-4-1 TEL03-3206-1641（販売） FAX03-3551-1208



定価：780円 本体743円
雑誌 03679-5
T1103679050785

POST CARD



1040043

東京都中央区湊2−4−1 MGビル

マイクロデザイン出版局

隔月刊 ゲーム批評 編集部 Vol.20アンケート係行

キリトリセン

フリガナ 氏名	P.N.		
	職業	年齢 歳	性別 男・女
〒　　　住所			
本誌以外でよく読む雑誌名（複数可・以下同）			
最近面白かったゲームソフト名			
買いたいと思うゲームソフト名			
次回予告で気になる記事は何ですか？			
ゲーム以外でいちばん興味のあることは？			

面白かった記事を目次の番号で記入して下さい（３つまで）

つまらなかった記事を目次の番号で記入して下さい（３つまで）

この本を購入した理由（○をつけて下さい）

・毎号買ってる　・書店で見て　・友人・知人に聞いて　・その他（　　　　　）

ゲームの難易度（むずかしさ）について思うことをお書き下さい。又、簡単なゲームはおもしろいと思いますか？

いま、一番注目している、ゲームに関する事件等がありましたらお書き下さい。

本書に対するご希望や気づいた点など、何でもけっこうですのでお書きください。

アンケートにお答えくださった方の中から抽選で３０名の方に、
今号の表紙イラストをデザインした、オリジナル・テレホンカードを差し上げます。

キリトリセン